الإعلام
والسلطة الرابعة

الدكتور
حسيب حمد خير الله



الإعلام والسلطة الرابعة

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2014/6/2796)

302
خير الله، حسيب حمد
الإعلام السلطة الرابعة/ حسيب حمد خير الله.- عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، 2014
( )ص.
ر.إ.: 2014/6/2796
الواصفات: /الإعلام/ وسائل الاتصال

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

الطبعة الأولى 2015

دار امجد للنشر والتوزيع
عمان- الأردن- شارع الملك حسين مقابل مجمع الفحيص
جـــوال: 0796914632 - 0799291702
هاتف 4652272 فاكس 4653372
dar.almajd@hotmail.com

الإعلام
والسلطة الرابعة

الدكتور

حسيب حمد خير الله



دار امجد للنشر والتوزيع

الفصل الأول

الإعلام

الإعلام : هو مصطلح على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلا أن الإعلام يتناول مهاما متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع. تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع.

وظيفة الإعلام

في الدول الديموقراطية تؤول وظيفة إعلام الجمهور وتكوين الرأي العام إلى الصحافة بصفة رئيسية، وهي من خلال عملها تقوم أيضا بالنشاط النقدي والرقابة العامة. تلك الوظائف تختلف في مدى حيادها ومصداقيتها بحيث تنفع الجمهور. والعلم التخصصي الذي يهتم بدراسة تاريخ وفاعلية الإعلام يسمى "علم الإعلام."

وظائف الإعلام مختلفة:

تمثيل الرأي العام وتمثيل مؤسسات، ومنها الإعلان التجاري والتسويق والدعاية والتواصل مع الجمهور والتواصل السياسي،

الترفيه مثل التمثيليات والموسيقى والرياضة والقراءة العامة، ثم ظهر خلال أواخر القرن الماضي الفيديو وألعاب الحاسوب،تقديم خدمات للجمهور، وإعلانات.

أنواع وسائل الإعلام

- صحف وجرائد
- مجلات
- الدوريات
- المطبوعات بأنواعها
- الملصقات

أنواع أخرى من وسائل الإعلام

- التلفاز
- المذياع
- الإنترنت من خلال بعض المواقع

مواقع اخبارية الكترونية

مزاياها:

- وسيلة حديثة ومتقدمة.
- يستطيع العالم في وقت واحد مشاهدة الإعلان.
- تسهيل عملية تبادل المعلومات.
- توفير الجهد والوقت.

وسائل إعلام مرئية ومسموعة

إذاعات

قائمة القنوات الفضائية

قناة فضائية.

السينما : تشكل واحدة من أهم وسائل الإعلام الأمريكية عن طريق إنتاج الأفلام السينمائية.

أخلاقيات الصحافة

أخلاقيات الصحافة تتألف من المبادئ والأخلاقيات والممارسات الجيدة وتطبيقها على التحديات المهنية التي تواجه الصحفيين. تعد فرعا أخلاق الإعلام.

تظهر القواعد الأساسية لأخلاق صحيفة في إعلان فلسفتها ومبادئها التي تعمل على أساسها.

من تلك التي تظهر في الصحافة المحترفة وهيئاتها تؤمن بما قاله أحد الصحفيين المشهورين:

كل مؤسسة صحفية ترتكز على مصداقيتها وتعتمد عليها.

توني بورمان ، مدير التحرير السابق لسي بي سي نيوز

وقد تختلف فلسفات المؤسسات الصحفية إلا أنها تجمع على مبادئ اتباع: الحقيقة والدقة والموضوعية والحياد والتسامح والمسؤولية أمام القراء. ويبدأ اتباع

تلك الأخلاقيات في الحصول على المعلومات ومراعاة أهميتها ثم توصيلها إلى الجمهور.

وكما هو الحال بالنسبة لأنظمة احترام الأخلاقيات فتلتزم الصحافة هي الأخرى بمبدأ «إلحاق أقل ضرر». وهذا يتعلق بعدم كشف بعض التفاصيل في النشر مثل اسم مصاب أو بأخبار لا تتعلق بموضوع المقال قد تسيء إلى سمعة الشخص المذكور.

رقابة ذاتية

بالإضافة إلى ميثاق المصداقية تعتمد مؤسسات إعلامية على هيئة داخلية تقوم بدور المحافظ على سلامة ومصداقية العمل أمام الجمهور. وهي تتوسط عند ظهور مشكلة وضغوط من الداخل والخارج، وتعتني بالمسؤولية أمام الجمهور والعمل على تنمية النقد الذاتي وتشجع على الالتزام بأخلاق المصداقية.

مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام

تم وضع مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام بناء على اقتراح تقدمت به لجنة هاتشن عام 1947. فقد اقترحوا أن الصحف ومذيعي الإذاعة والصحفيين بدؤوا في تحمل المزيد من المسؤولية تجاه الصحافة ومن ثم يعتقد أنهم ينبغي أن يخضعوا للمساءلة.

الإرشادات الأصلية

ترتكز الإرشادات على فكرتين مهمتين. فيدور الإرشاد الأول حول أن كائنًا من كان يتمتع بمساحة خاصة من الحرية، مثل الصحفي المحترف، يتحمل

التزامًا أمام المجتمع ليستخدم تلك الحرية والسلطة استخدامًا معقولاً." (ستراوبهار، لاروز و دافينبورت صفحة 477) ويفيد هذا الإرشاد بحيث يمكن محاسبة الأشخاص في السلطة حالما كانت أفعالهم غير احترافية. فالأشخاص الذين يهتمون اهتمامًا كبيرًا بوسائل الإعلام ينبغي أن يسيئوا استخدام تلك السلطة. ويدور الإرشاد الثاني حول أن صالح المجتمع هو الأولوية الأسمى، فهو أهم من وظائف الفرد أو حتى حقوقه." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت، صفحة 477) فنؤكد مرة أخرى، أن وضع الناس أمام مسؤولية أفعالية وإقرار أن المجتمع أهم نظرًا لعظم عدد الذين قد يتأثرون بالسلوك السيء.

أضافت لجنة هاتشن خمسة إرشادات إضافية خاصة بالصحافة.

"تقديم آراء مفيدة ودقيقة بعيدًا عن الآراء." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 477)

"تمثل الصحافة منتدى لتبادل التعليقات والانتقادات ولتوسعة نطاق الوصول إلى وجهات النظر المختلفة." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 477)

"تقديم صورة تمثيلية للمجموعات المكونة للمجتمع بتجنب التنميط بإضافة مجموعات الأقلية." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 477)

"توضيح أهداف وقيم المجتمع؛ كان التضمين وسيلة محببة لتجنب الانقياد نحو أقل قاسم مشترك." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 477)

"تقدم تغطية شاملة لما يتم كشفه عن المجتمع." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 477)

جميع هذه الإرشادات من الأهمية نظرًا للحاجة إلى الصحافة للحفاظ على وجهة النظر المحايدة وتقدم الحقائق الأساسية والسماح للقراء بتكوين آرائهم الخاصة بناءً على الأخبار التي تقدمها الصحافة.

كانت هذه الإرشادات مصدر إلهام جمعية الصحفيين المحترفين التي تعد الآن النسخة الحالية لأخلاقيات وسائل الإعلام التي تم تبنيها عام 1996.

جمعية الصحفيين المحترفين:مدونة قواعد السلوك

وضعت جمعية الصحفيين المحترفين مدونة قواعد السلوك المطبقة اليوم. فالجوهر الأساسي لهذه المدونة هي "البحث عن الحقيقة وذكرها!" (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478) وتنص المدونة أيضًا على أن: "ينبغي أن يتصف الصحفيون بالنزاهة والعدالة والشجاعة في تجميع المعلومات وتقريرها وتفسيرها. ينبغي أن يقوم الصحفيون بما يلي:"

"اختبار دقة المعلومات من جميع المصادر وبذل العناية لتجنب الأخطاء غير المقصودة. ولا يسمح أبدًا باللجوء إلى التشويه المتعمد." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"السعي بجد وراء الأشخاص موضوع القصص الجديدة لمنحهم فرصة الرد على ادعاءات ارتكابهم أخطاءً." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"تعريف المصادر وقتما أمكن. فمن حق الجمهور التعرف على أكبر قدر ممكن من المعلومات حسب موثوقية مصادرها." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

السؤال دائمًا عن دوافع المصادر قبل وعدها بإخفاء هويتها. وتوضيح الظروف المرتبطة بأي وعد قدمه الصحفي مقابل الحصول على معلومات. وعلى الصحفي أن يفي بوعوده. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

الحرص على الالتزام بالمواعيد النهائية وتفاصيل الأخبار والحرص على عدم الخطأ في تقديم المادة الدعائية والصور ومقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية والرسومات ومقاطع التسجيلات الصوتية والاقتباسات. فينبغي ألا يبالغ الصحفيون في تبسيط الأحداث أو يلقوا الضوء عليها خارج سياقها. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

الامتناع مطلقًا عن تشويه محتوى صور أو فيديو الأخبار. ويسمح دومًا بتحسين الصورة من أجل الوضوح التقني. والقيام بتسمية عمليات المونتاج وتوضيحات الصورة. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

تجنب إعادة تمثيل أحداث الأخبار أو تقديمها بصورة فنية. وإذا لزم اللجوء إلى إعادة التمثيل لرواية قصة، يجب التنويه عن ذلك. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

تجنب الأساليب الخفية أو غيرها من الأساليب السرية في تجميع المعلومات ما لم تكن الأساليب التقليدية الواضحة غير قادرة على الوصول للمعلومات الحيوية بالنسبة للعامة. وينبغي توضيح أنه تم استخدام تلك الأساليب كجزء من القصة. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

عدم الانتحال مطلقًا. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"رواية قصة تنوع وعظم التجربة الإنسانية بصراحة، حتى لو لم يكن فعل ذلك شائعًا." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"التحقق من قيمهم الثقافية الخاصة وتجنب فرض تلك القيم على الآخرين." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"تجنب وضع قوالب حسب العرق أو النوع أو العمر أو الدين أو الأصل العرقي أو المنطقة الجغرافية أو التوجه الجنسي أو الإعاقة أو الشكل الخارجي أو المكانة الاجتماعية." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"دعم التبادل الصريح للآراء حتى لو رأوا أنها أفكار متعفنة." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"منح فرصة التعبير لمن لا صوت لهم؛ ويمكن اعتبار المصادر الرسمية وغير الرسمية صالحة على حد السواء." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"التمييز بين المناصر وتقرير الأخبار. وينبغي تمييز التحليلات والتعليقات مع عدم تقديمها على أنها حقائق أو من بين المحتوى." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"التفرقة بين الأخبار والإعلان، وتجنب المحتوى المختلط الذي يخفي الخطوط الفاصلة بينهما." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"إقرار والالتزام الخاص لضمان القيام بأعمال العامة بطريقة صريحة وأن السجلات الحكومية متوفرة لفحصها." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

الحد من الأضرار "يعامل الصحفيون ذوو الأخلاق المصادر والحالات والزملاء كبشر يستحقون الاحترام. فينبغي أن يقوم الصحفيون بما يلي" (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"إظهار العاطفة تجاه من يحتمل تأثرهم تأثرًا عكسيًا بالتغطية الإخبارية. التزام حساسية خاصة عند التعامل مع الأطفال والمصادر أو الحالات غير ذات الخبرة." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"التزام الحساسية عند السعي لعقد لقاءات أو التقاط صور لمن تعرضوا لمأساة أو ارتكبوا ذنبًا، أو عند استخدام تلك اللقاءات أو الصور." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"إدراك أن تجميع المعلومات وتقريرها قد يسبب الضرر أو عدم الراحة. فتتبع الأخبار ليس رخصة للكبر." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"إقرار أن الأشخاص الخاصين لديهم حق أعظم للسيطرة على المعلومات المتعلقة بهم أكثر من المسؤولين العموميين أو غيرهم ممن يسعون للحصول على منصب سلطوي أو نفوذ أو اهتمام. ففقط الحاجة الشعبية الملحة هي التي تبرر التدخل في خصوصية شخص ما." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"إظهار الذوق الجيد. وتجنب الأفعال السيئة لإثارة الفضول." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"التزام الحيطة عند تعريف المشتبه بهم أو الضحايا من القاصرين في الجرائم الجنسية." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"التزام الحصافة عند تسمية مشتبه بهم جنائيين قبل إدراج بيان الاتهام الرسمي." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"الموازنة بين حقوق المشتبه به الجنائي في المحاكمة مع حق العامة في الاطلاع على الأمور." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

العمل باستقلالية "ينبغي أن يكون الصحفيون أحرارًا من أي التزام تجاه أية مصلحة بخلاف حق العامة في المعرفة. فينبغي أن يقوم الصحفيون بما يلي" (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"تجنب تعارض المصالح الحقيقي أو الملحوظ". (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"الحفاظ على الابتعاد عن الجمعيات أو الأنشطة التي قد تقود نزاهتهم أو تشكك في موثوقيتهم." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"رفض الهدايا أو العطايا أو الأجور أو الرحلات المجانية والدعوات الخاصة وتجنب الوظائف الثانوية والاشتراك في العمل السياسي والوظائف العامة والخدمة في منظمات المجتمع إذا كان ذلك سيقوض النزاهة الصحفية." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 478)

"الكشف عن الصراعات الحتمية". (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

" التزام الحذر والتحلي بالشجاعة عند إثبات مسؤولية أصحاب النفوذ. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

إنكار المعاملة المميزة من جانب المعلنين والمصالح الخاصة ومقاومة ضغوطها عند تغطية الأخبار." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

"التزام الحيطة من المصادر التي تعرض تقديم المعلومات مقابل الحصول على مصالح أو أموال؛ وتجنب تقديم الرشاوى مقابل الحصول على الأخبار." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

تحمل المسؤولية "يتحمل الصحفيون المسؤولية أمام القراء والمستمعين والمشاهدين وأمام بعضهم البعض. فينبغي أن يقوم الصحفيون بما يلي:" (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

"توضيح وتفسير التغطية الإخبارية ودعوة العامة للحوار حول السلوك الصحفي." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

"تشجيع العامة على التعبير عن تضررهم من وسائل الإعلام الإخبارية." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

"الاعتراف بالأخطاء وتصحيحها على الفور. (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

"فضح الممارسات غير الأخلاقية من جانب الصحفيين ووسائل الإعلام الإخبارية." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

"التزام المعايير الراقية نفسها التي يلزمون الآخرين بها." (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت صفحة 479)

تهدف جميع هذه الإرشادات إلى تحقيق صالح المجتمع وتنظيم العمل في وسائل الإعلام.

مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية

يعتبر مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية (CIME) منظمة غير هادفة للربح تقدم تدريبًا على الأخلاقيات لكافة الصحفيين على مستوى العالم وتدعم أهمية التدريب والمناقشة حول هذه الأخلاقيات ما بين الإعلاميين المحترفين.

التاريخ والرسالة

بدأ مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية عمله في يوليو 2007 بعد اجتماع اثنين وثلاثين من الصحفيين الشباب من خمس قارات في مدينة براغ في ندوة لمدة أسبوع. وبعد انتهاء هذا الأسبوع، ظهر مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية كإطار دولي رسمي بغرض مساعدة الصحفيين على القيام بدور استباقي في تشكيل مجتمعاتهم.

وشجع مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية كل صحفي على لعب دور استباقي في تحديد الممارسات الأخلاقية من خلال الخيارات والقرارات التي يتم اتخاذها أثناء العمل اليومي، وحثوا الصحفيين على العمل معًا حتى يصدروا حكمهم الخاص ويحددوا إستراتيجياتهم. ويركز هذا على أن الصحفيين معًا تكون لديهم القدرة على صياغة وإنفاذ مدونة أخلاقيات ضمنية لتكون الوضع الراهن لمهنتهم.

استضاف مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية المنتدى الخاص به لثلاث سنوات متتالية بالفعل لتقديم جلسات نقاش لمجموعة من الصحفيين

المختارين حول موضوع الأخلاقيات. وهذا يوفر إطارًا للإعلاميين المحترفين لتبادل الإستراتيجيات حول المشكلات الأخلاقية التي تظهر في عملهم. ويستضيف الإعلاميون منتدى مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية في الدول منخفضة الدخل حيث لا يستطيع الصحفيون عادة تحمل تكاليف التدريب على الأخلاقيات، وذلك بهدف تحسين الأخلاقيات المعيارية للصحافة في كل دولة.

العمل

عقد مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية مؤتمرات دولية حول دور الأخلاقيات في الإعلام، كما ينشر شهريًا رسالة إخبارية تركز على هذه المناقشة وتوفر تدريبًا حول الأخلاقيات للصحفيين ذوي الدخول المنخفضة.

منتدى مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية

يعتبر منتدى مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية حدثًا سنويًا يجمع الإعلاميين للتدريب والاجتماعات والنقاشات حول الممارسات الأخلاقية. ويعقد المنتدى كل عام في دولة مختلفة، وأول منتدى عقده مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية كان في مدينة كوتونو، بدولة بنين (غرب أفريقيا) في فبراير 2009، وعقد المنتدى الثاني في مدينة أواكساكا، في المكسيك في 2010 والثالث كان في مدينة بودابست، المجرية في عام 2011. أما المنتدى الرابع لمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية في مدينة تيمفو في بوتان كمكان لتجمع الصحفيين في منطقة جنوب آسيا لمناقشة مسئولية الصحفيين الاجتماعية الثقافية.

يوم أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية

احتفل مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية بافتتاح الاحتفال بيوم أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية (IMED) في الجمعة 23 سبتمبر عام 2011 حيث شارك فيه أكثر من 300 صحفي من 11 دولة وأربع قارات في فعاليات ذلك اليوم وغيرهم الكثير وناقشوا قضايا أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنت. بعد نجاح الاحتفال الأول بيوم أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية، عقد اليوم الثاني اليوم الدولي لأخلاقيات وسائل الإعلام الدولية في 21 سبتمبر 2012 حيث جذب المزيد من المشاركين واهتم اهتمامًا كبيرًا بالمجتمعات الصحفية في جميع أنحاء العالم. ولذلك تعاون القائمون على يوم أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية ومركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية مع 23 منظمة محلية وقاموا بتنظيم 23 حلقة عمل في أكثر من 20 دولة. كما تم العمل على تسهيل المشاركة من خلال منصات عبر الإنترنت حتى يتمكن الكل من المشاركة بآرائهم حول أخلاقيات الإعلام.

موقع حلقات العمل:

أفغانستان ونظمها مركز الصحفيين الأفغان في مدينة هراة.

ألبانيا ونظمها المجلس الوطني للإذاعة والتلفزيون الألباني في تيرانا.

الأرجنتين ونظمها منتدى الصحافة الأرجنتينية (FOPEA)، في بيونس آيرس.

بنين ونظمها برنامج التدريب على الإعلام والاتصالات في وزارة الإعلام، في مدينة كتونو.

الكاميرون ونظمها مركز Télesphore MBA Bizo التابع لمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية ومركز التدريب المهني السمعي والبصري (CFPA) في الراديو والتلفزيون الكاميروني في مدينة إيكونو.

غانا ونظمها برنامج دعم وسائل الإعلام الغانية، في مدينة أكرا.

المجر ونظمتها الهيئة الوطنية للإعلام والمعلومات والاتصالات (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság) وكلية بودابست للاتصالات وإدارة الأعمال.

الهند نظمها بيجاي سينغ الصحفي الكبير ومؤسس مؤسسة رفاهية الصحفي الهندي بالتعاون مع اتحاد الصحفيين العاملين جهارخان، في مدينة جامشيدبور.

ساحل العاج نظمها سيليستين جنونزيون وهو خبير وطني في أخلاقيات الاتصالات وسفير مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية في ساحل العاج في مركز البحوث والعمل من أجل السلام (CERAP)، في مدينة أبيدجان.

ميانمار نظمتها منظمة الصحافة الحرة في ميانمار، في ماندالاي.

نيجيريا نظمها الدكتور سامسون أديماجبا الذي يعمل بجريدة كوميونتي أوت سيرش Community Outreach وقسم الإعلام في جامعة مكار، مدينة مكار.

نيجيريا نظمها تيتيلياو باميجبوي زميل بمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية وغبينغا أدينيجي وسفير مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية في مكتب مجلة جبيل، في مدينة لاجوس.

نيجيريا نظمتها أفيسا أسوغ زميلة بمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية وإذاعة وزوبيا إف إم وكوول إف إم أبوجا، في مدينة أبوجا.

نيبال نظمها يوجال أشاريا سفير مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية ومركز البحوث الإعلامية – نيبال في مدينة كتاماندو.

باكستان نظمها مشعل جدي باكستاني وبوروش تشودري سفير مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية في باكستان.

البيرو نظمتها جامعة البيرو للعلوم الديموقراطية.

مدينة رام الله في فلسطين نظمتها اللجنة الفلسطينية للقواعد والأخلاقيات الإعلامية (PCMRE) ونقابة الصحفيين الفلسطينيين.

رومانيا نظمتها رابطة الصحافة ووسائل الإعلام على الإنترنت (AJOM) بالتعاون مع الصناعة الإعلامية في مدينة أياسي.

روسيا نظمها شباب الصحفيين في موسكو في البيت المركزي للصحفيين في مدينة موسكو.

أوغاندا نظمها فريدريك موجيرا زميل مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية والمبادرة الأفريقية لتطوير عملية الاتصال (AIDC) في مكتب مبارارا لمجموعة الرؤية في مدينة مبارارا.

فانواتو نظمتها منظمة الإعلام بفانواتو (Media Asosiesen blong Vanuatu).

في وقت سابق في عام 2011، قام مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية بدراسة استقصائية على شبكة الإنترنت لاستكشاف كيفية عمل أخلاقيات الصحافة ووسائل الإعلام في مختلف أنحاء العالم من وجهة نظر الإعلاميين أنفسهم. وكان الاستبيان يهدف إلى إنشاء المفهوم العام لكيفية عرض الإعلاميين موقفهم في هذه الصناعة والمعايير الأخلاقية للإعلام في بلادهم.

وأظهرت الدراسة وجود العديد من الآراء الجديدة المتباينة، أحدها أن معظم من شملهم الاستطلاع صرحوا بأنهم واجهوا معضلات أخلاقية في العمل وتصرفوا بشكل غير أخلاقي. وبالرغم من هذا، فقد ألقي باللوم على وجود ضغط داخلي أو خارجي من المحررين وأرباب العمل وأصحاب المصلحة المعنيين وهم في الغالب الحكومة.

وأكدت هذه الدراسة على نقطة ألا وهي أن أحد مصادر هذا السلوك غير الأخلاقي هو عدم وجود مدونة لقواعد السلوك الصحفية تلقى قبولا عامًا وتستخدم على نطاق واسع في مهنة الصحافة في البلدان أو المناطق التي تضمنها الاستطلاع. كما لوحظ وجود عيب منتشر وهو أن أصحاب العمل من الصحفيين لم يكن لديهم مدونة لقواعد السلوك أو أن الصحفيين ليسوا على علم بها ببساطة. ويرى مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية أن هذا نتج عنه الافتقار إلى المعرفة بالقواعد الأخلاقية وتخلق جهلاً بين الإعلاميين حول الممارسات الأفضل التي يجب اتباعها.

قام مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية مؤخرًا بإطلاق دراسة جديدة على شبكة الإنترنت لمعرفة رأي الجمهور في وسائل الإعلام اليوم. وهذا فيما

يتعلق بالموجة الأخيرة من فضيحة القرصنة الهاتفية واكتشاف ثقة الشعب في وسائل الإعلام.

مسابقة مقالات في أخلاقيات وسائل الإعلام لمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية

كانت مسابقة مقالات في أخلاقيات وسائل الإعلام لمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية التي أطلقت في سبتمبر 2010 هي الأولى من نوعها والتي ضمت صحفيون وأصواتًا جديدة إلى الشبكة العالمية للإعلاميين، حيث كان الصحفيون والكُتاب والباحثون وطلبة كليات الإعلام وغيرهم من المهتمين بالإعلام مدعوين لمشاركة وجهات نظرهم. وكان موضوع مسابقة عام 2013 يدور حول ما إذا كان الصحفيون مواطنين يمكنهم إنتاج صحافة تتسم بالمهنية وقام بالتنقيح والتقييم الدكتور ستيفان جي. وارد العالم الشهير بأخلاقيات الصحافة وكاتب حاصل على العديد من الجوائز وأستاذ دكتور ومدير مركز أخلاقيات الصحافة في جامعة ويسكونسن ماديسون بالتعاون مع مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية.[4]

برنامج سفير مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية

أطلق مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية برنامج سفير المركز، ويعمل برنامج السفير كبرنامج توعية لمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية يساعد في التعزيز الدولي للأخلاقيات الإعلامية. بالإضافة إلى تزويد الصحفيين من جميع أنحاء العالم بالفرصة للحصول على تدريب في مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية، يقدم هذا البرنامج للممثلين المختارين الفرصة ليصبحوا ممثلين لمركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية كل في منطقته.

المؤتمرات والندوات

شارك مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية بفاعلية في العديد من المؤتمرات الدولية الصحفية ودعم أهمية التدريب على الأخلاقيات ومناقشتها بين الإعلاميين. ويشمل ذلك الأحداث التي يرعاها منتدى الإعلام العالمي لإذاعة صوت ألمانيا (عرض 2008 و2009) ومؤتمرات تيدكس ويست مينيستر (عرض 2010) ويوم الصحافة الاستقصائية التابع لـ منظمة الإعلام في جنوب شرق أوروبا (SEEMO) (عرض 2010 و2011) ومركز الصحافة الأوروبية (عرض 2009 و 2010) والمعهد الدولي للصحافة (مشاركة 2009) ومجلس الاتحاد الأوروبي (مشاركة 2011) وغير ذلك الكثير.

واشترك مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية مع طلبة الجامعة والبرامج في إلقاء المحاضرات والمشاركة في مجموعات النقاش في مسائل تتعلق بأخلاقيات الإعلام. وهذا يتضمن المؤتمرات والندوات الماضية في جامعة أوكسفورد (مشاركة) وكلية لندن للاقتصاد (عرض) وجامعة كولومبيا (مشاركة) وجامعة يال (مشاركة) وجامعة شيفيلد (عرض) والكلية الأوروبية (عرض)، وجامعة مانويا (عرض).

تدريب أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنت

تتكيف الصحافة مع المشكلات الاقتصادية وتغير من هيكلها لتناسب الصيغ الرقمية والتكنولوجيا الجديدة. ويعد المحافظة على مستوى عالٍ من المعايير الأخلاقية تحديًا كبيرًا.

وفقًا للأخلاقيات الإعلامية ومركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية فإن تُدريب أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنتْ يقدم حلاً. وتم تأسيس مجموعة تضم كلاً من التدريب على أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنت وعلوم الصحافة والأخلاق والاقتصاد وذلك على فكرة أن التقارير الصحفية المستندة إلى الأخلاق تزيد من الطلب على الصحف.

ويقدم مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية دورات تدريبية على الأخلاق من خلال فرعه التعليمي أخلاقيات الإعلام وبالإنجليزية EthicsForMedia مع التركيز على القيمة السوقية للممارسات الأخلاقية، ويقدم دورات في أخلاقيات الصحافة مع التركيز في تدريب أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنت على مجموعة من علوم الصحافة والأخلاقيات والاقتصاد.

صاغ مصطلح تدريب أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنت (J-Ethinomics) مؤسس مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية، حيث يستخدم الأخلاقيات لبناء الثقة في الأخبار واستدامة الطلب على صناعة الإعلام. ويسلط برنامج تدريب أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنت الضوء على طريقة تأثير عمل الصحفيين على عمليات التنمية السياسية والاجتماعية الاقتصادية، المبدأ الأساسي: التصور العام للأخبار على أنها «أخلاقيات» تؤثر على الجدوى الاقتصادية لشركة الإعلام، وسيدفع الناس في مقابل جريدتك إذا اعتبروها جديرة بالثقة.

الشراكات

بدأ مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية، من خلال بذل جهود متواصلة على مستوى العالم، شراكات مع منظمات مثل مؤسسة طومسون

رويترز تراست ميديا، وشبكة الصحفيين الأثيوبيين لمكافحة الفساد، كما قام بإنشاء شبكات في دول مثل أفغانستان وباكستان من أجل المساعدة في دعم أخلاقيات الإعلام في البلاد عن طريق تشجيع احترام الثقة والدقة والخصوصية.

ويرحب مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية بالصحفيين الأفغان من قندهار على تدريب أخلاقيات وسائل الإعلام على الإنترنت في أغسطس وسبتمبر. ويقدم مركز الجالية الأفغانية الكندية منشآته المجهزة بأجهزة الكمبيوتر ووصلات الإنترنت للصحفيين المحليين حتى يمكنهم المشاركة في تدريب أخلاقيات الإعلام عبر الإنترنت.

المجلس

مجلس إدارة مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية:[9]

ميليساند ميدلتون (مؤسس مشارك)

كايرومي غوميز (مؤسس مشارك)

مارثا إيفانوفاس

ماثيو كواسيبوركي

مجلس المستشارين في مركز أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية:

أليسون بيثيل ماكنزي

تيريزا ألين

جيفري نياروتا

دكتور داميان تامبيني

مارتين هوكيبري

دكتور ستيفين ج. أ. وارد

ماركيتا بيلسكا

كريستوفر دراك

النقد

لم يتم التحقق من صحة الاعتقاد بأن التقارير الصحفية المستندة إلى الأخلاق تبني الثقة في وسائل الإعلام وبالتالي تنتج عائدًا على الشركات الإعلامية عن طريق الأبحاث الكمية وهناك الحاجة للمزيد من التأكيد على ضرورة هذا الأمر. وقامت المنظمة بإجراء الأبحاث الكمية الكافية حول هذا الموضوع لإثبات أفكارها لكنها بدأت مؤخرًا في ملء هذه الفجوة عن طريق إجراء دراسات مسحية حول الصحافة الأخلاقية.

وسائل إعلام مستقلة

يشير مفهوم وسائل الإعلام المستقلة إلى أي شكل من أشكال الوسائط، مثل المذياع أو التلفاز أو الصحف أو الإنترنت، البعيدة عن النفوذ الذي قد تفرضه مصالح الحكومة أو الشركات. ويشتمل هذا المصطلح على تطبيقات متنوعة. وغالبًا ما يستخدم هذا المصطلح كمرادف لمصطلح الإعلام البديل داخل الولايات المتحدة وغيرها من الدول المتقدمة، وذلك للإشارة إلى الوسائط التي تختلف على وجه التحديد عن وسائل الإعلام السائدة. وفيما يتعلق بالتنمية

الدولية، يستخدم مصطلح الإعلام المستقل في مجال تنمية وسائل الإعلام الجديدة، وخاصة في الأماكن التي تشهد القليل من التواجد الإعلامي القائم.

الإعلام البديل

في الدول المتقدمة، يشير مصطلح الإعلام البديل إلى وسائل الإعلام التي تمثل بدائل للإعلام التجاري أو المملوك للحكومة. ويذكر مؤيدو الإعلام البديل أن وسائل الإعلام السائدة تتميز بـ الانحياز. وفي حين يمكننا وصف مصادر الإعلام البديل بالانحياز أيضًا (في بعض الأحيان تفخر لكونها كذلك)، يتجه التحيز لأن يصبح مختلفًا بدرجة كبيرة عن وسائل الإعلام السائدة، ومن ثم البديلة. وعلى هذا النحو، تتجه صحافة الرأي لأن تصبح أحد مكونات العديد من الوسائل البديلة. ونظرًا لأن مصطلح "بديل" يحمل في طياته دلالات على التهميش الذاتي، تفضل بعض وسائل الإعلام الآن استخدام مصطلح "مستقل" عن مصطلح "بديل".

الإعلام المستقل في الدول المتقدمة

في العديد من الدول المتقدمة، تتمثل وسائل الإعلام الوحيدة المتوفرة، وبخاصة على الصعيد الوطني، في محطات الإذاعة والتليفزيون والصحف المملوكة للحكومة. حتى لو لم تكن الدولة تسيطر على تلك الوسائل بشكل علني، فقد تكون لتلك الوسائل علاقات قوية مع الحكومة أو تفرض الحكومة نفوذها عليها. وفي هذه الحالات، غالبًا ما يصعب التمييز بين الوسائل المستقلة بالفعل عن تلك الوسائل التي تؤثر عليها الحكومة. فعلى سبيل المثال، قد تتناول إحدى الصحف قضاياالاقتصاد والصحة وغيرها من القضايا بالجودة والتغطية غير المتحيزة، ولكنها في نفس الوقت تظل تتجنب الإساءة للحكومة. ويزيد من

تفاقم هذه المشكلة على وجه التحديد قضايا الرقابة الذاتية والرقابة الناعمة وغيرها من تأثيرات الحكومة الخفية.

الرقابة الذاتية

الرقابة الذاتية عبارة عن عمل من أعمال رقابة أعمال الشخص الخاصة أو وضعها في إطار السرية خوفًا على مشاعر الآخرين أو احترامًا لها دون وجود سلطة معينة تمارس الضغط بشكل مباشر على أحدهم للقيام بذلك. وغالبًا ما يمارس الرقابة الذاتية منتجو الأفلام ومخرجو الأفلام والناشرون ومذيعو الأخبار والصحفيون والموسيقيون والكتاب العموميون الآخرون. وفي الدول المتسلطة، قد يلجأ مبتكرو الأعمال الفنية إلى التخلص من المواد التي قد تكون من وجهة نظر حكوماتهم مثيرة للجدل خوفًا من اتجاه الحكومة إلى فرض عقوبات عليهم. وفي الدول التعددية الرأسمالية قد تمارس الرقابة الذاتية أيضًا، ولكن بشكل خاص لتتوافق مع توقعات السوق. فعلى سبيل المثال، قد يتجنب رئيس تحرير إحدى المجلات الدورية بقصد أو دون قصد نشر الموضوعات التي قد تتسبب في إثارة غضب المعلنين أو الشركة الأم التي يتناولها المنشور للحفاظ على مصدر رزقهم.

الرقابة الناعمة

تشير الرقابة الناعمة أو المباشرة إلى ممارسة التأثير على التغطية الإخبارية من خلال تطبيق الضغط المالي على الشركات الإعلامية، الأمر الذي يعتبر أساسيًا بالنسبة لحكومة ما أو لدعم سياساتها أو من خلال مكافأة الصحفيين العاملين بوسائل الإعلام والصحفيين الفرديين الذين تربطهم علاقة ودية مع الحكومة.[1] ويمكن عدم ملاحظة تلك المشكلة بشكل كبير، ومع ذلك قد يكون

لها تأثير كبير على عملية الإخبار لوسائل الإعلام، التي يمكن اعتبارها مستقلة بطريقة أخرى.

تطوير وسائل الإعلام المستقلة

تشترك العديد من المنظمات في الجهود المبذولة للمساعدة في تطوير الإعلام الحر والمستقل في الدول من جميع أنحاء العالم. ويمكن أن تتخذ هذه الجهود أشكالًا عديدة، بدءًا من تمويل عملية إنشاء وسيلة إعلام جديدة بالكامل لمساعدة وسيلة الإعلام الحالية في تحسين قدرتها المهنية. ومن الجهود الشائعة التي تهدف إلى تطوير وسائل الإعلام المستقلة: تدريب وتعليم الصحفيين؛ وتحسين البيئة القانونية للإعلام؛ وبذل الجهود لدعم استدامة الوسائل الموجودة؛ والتدريب على الوعي الإعلامي؛ والتدريب على الإعلام الرقمي ودمجه؛ وتطوير البنية التحتية؛ فضلًا عن رصد وتقييم الجهود.

تطوير وسائل الإعلام في مقابل وسائل الإعلام الداعمة للتنمية

تميز بعض المنظمات التنموية والخبراء بين مصطلحي تطوير وسائل الإعلام ووسائل الإعلام الداعمة للتنمية. فيشير مصطلح "تطوير وسائل الإعلام" إلى الجهود المبذولة نحو تحسين الإعلام بطريقة مباشرة في المجتمع من خلال الوسائل المذكورة أعلاه. أما مصطلح "وسائل الإعلام الداعمة للتنمية"، فيشير إلى مزيد من الجهود غير المباشرة المبذولة في استخدام وسائل الإعلام الحالية لنقل الرسائل الخاصة بقضايا التنمية المحددة. وتضم مثل هذه الجهود العديد من المشاريع الخاصة بمجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات للتنمية (ICT4D). وفي إطار ذلك، تم تطبيق مفهوم الإعلام الداعم للتنمية على الأهداف التنموية

الأخرى، والتي من بينها التعليم والرعاية الصحية والأعمال والإغاثة في حالات الكوارث والفساد وتمكين الأقلية وإشراك المجتمع المحلي.

مؤسسات تطوير الإعلام

في حين يعتبر تطوير قطاع الإعلام نشاطًا شائعًا بالنسبة للعديد من المؤسسات التنموية، هناك عدد قليل من تلك المؤسسات التي تشارك في تطوير الإعلام المباشر كغايتها الأساسية. وفي الولايات المتحدة، يتمثل منفذو التنمية الإعلامية الثلاثة في شبكة انترنيوز والمركز الدولي للصحفيين (ICFJ) ومجلس الأبحاث والتبادل الدولي (IREX). هذا بالإضافة إلى منظمات مثل المركز الخاص بمساعدة الإعلام الدولي ومراسلون بلا حدود والمادة 19 وغيرها من جهات رصد جهود تنمية الإعلام ودعم حرية الصحافة حول العالم.

الإعلام الحكومي

الإعلام الحكومي أو الإعلام المملوك للدولة هو إعلام لـ الاتصال الجماهيري والذي تسيطر عليه في النهاية و/أو تموله الدولة.[1] وقد تكون هذه المنافذ الإخبارية الوسيلة الإعلامية الوحيدة أو قد تكون في المنافسة مع إعلام يسيطر عليه القطاع الخاص.

نظرة عامة

كثيرًا ما يستخدم مصطلح الإعلام الحكومي على النقيض من الإعلام الخاص أو المستقل، الذي لا يملك سيطرة مباشرة من أي حزب سياسي. ويكون محتواه عادة أكثر توجيهًا، يملي على الجمهور ما يفكرون فيه، خاصة أنه ليس مضطرًا لتحقيق معدلات عالية أو إيرادات من الإعلانات. وفي المناطق التي تسيطر عليها الدولة بشكل أكبر، يجوز لها فرض رقابة على المحتوى الذي تراه غير قانوني أو غير أخلاقي أو في غير مصلحة الحكومة، وكذلك تنظيم أي برامج متصلة بالإعلام؛ ولذلك، يكون غير مستقل عن الحزب الحاكم.[4] في هذا النوع من البيئة، قد يطلب من الصحفيين أن يكونوا أعضاءً في الحزب الحاكم أو متحالفين معه، كما هو الحال في الاتحاد السوفيتي أو كوريا الشمالية.

في البلاد التي تتدخل فيها الحكومة بشكل كبير في الإعلام، فإنه قد يتم استخدام الصحافة الحكومية لأغراض الدعاية:

تعزيز النظام لصالح الدولة،

تشويه سمعة المعارضة للحكومة من خلال شـن حملات التشـويه تـوفير تغطيـة منحرفـة عـن آراء المعارضـة، أوتكـون بمثابـة المتحـدث المـدافع عن أيديولوجيا النظام.

إضافة إلى ذلك، قد ينشر الإعلام المملوك للدولة التشريعات فقط بعد أن أصبحت قانونًا بالفعل لإتخاد أي نقاش.[5] يستمد الإعلام شرعية وجوده من خلال التأكيد على 'الوحدة الوطنية' ضد 'المعتدين' المحليين أو الأجانب.[6] في السياقات الأكثر انفتاحًا وتنافسية، قد تسيطر الدولة أو تمول منفذها الإعلامي ويكون في المنافسة مع الإعلام الذي تسيطر عليه المعارضة و/أو الإعلام المستقل. وعادة ما تقل السيطرة الحكومية على الإعلام الحكومي في المجتمعات الأكثر انفتاحًا، ويمكنه تقديم تغطية أكثر موضوعية عن الإعلام الذي تسيطر عليه الدولة.

عادة ما تتمتع منافذ الإعلام الحكومي بتمويل ودعم متزايد مقارنة بنظائرها في الإعلام الخاص، ولكن يمكن أن يؤدي هذا لعدم كفاءة الإعلام الحكومي.[8] ومع ذلك، فإنه في جمهورية الصين الشعبية، حيث كانت سيطرة الحكومة على الإعلام مرتفعة، كانت مستويات التمويل للمنافذ الإعلامية الحكومية منخفضة، مما أجبر إعلامالحزب الشيوعي الصيني على تجنب القيود الرسمية على المحتوى أو نشر طبعات 'ثانوية'، مثل النسخ الأسبوعية لتوليد الدخل.

نظريات ملكية الدولة

توجد نظريتان متناقضتان لسيطرة الدولة على الإعلام؛ نظرية المصلحة العامة أو نظرية بيجو التي تقترح أن تكون ملكية الدولة مفيدة، ونظرية الخيار العام التي تقترح أن تحدد سيطرة الدولة الحريات الاقتصادية والسياسية.

نظرية المصلحة العامة

تقترح نظرية المصلحة العامة، والتي يشار إليها أيضًا بنظرية بيجو، أن تكون ملكية الحكومة للإعلام مرغوبة. وتم تقديم ثلاثة أسباب لذلك. السبب الأول هو أن نشر المعلومات هو صالح عام، وعدم الكشف عنها سيكون مكلفًا، حتى لو لم يتم الدفع لها. ثانيًا، تكلفة توفير ونشر المعلومات عالية، ولكن بمجرد تكبد التكاليف الأساسية، تكون التكاليف الحدية لتوفير المعلومات منخفضة وبالتالي تخضع لزيادة العائدات. وأخيرًا، يمكن أن تكون ملكية الدولة للإعلام أقل انحيازًا وأكثر اكتمالاً ودقة عند جهل المستهلكين وبالإضافة إلى الإعلام الخاص الذي من شأنه خدمة الطبقات الحاكمة. ومع ذلك، فالاقتصاديون من أتباع بيجو، الذين يدافعون عن التنظيم والتأميم، داعمون للإعلام الحر والخاص.

نظرية الخيار العام

تؤكد نظرية الخيار العام أن الإعلام المملوك للدولة يتلاعب بالمعلومات ويحرفها لصالح الحزب الحاكم ويرسخ حكمها في حين يمنع الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة، وبالتالي يقوض المؤسسات الديمقراطية.[12] وهذا من شأنه منع الإعلام الخاص والمستقل، والذي يقدم الأصوات البديلة التي تسمح

للأفراد اختيار السياسيين والسلع والخدمات وما إلى ذلك دون خوف من تطبيق اللوائح. إضافة إلى ذلك، فإن هذا من شأنه منع المنافسة بين شركات الإعلام والتي تضمن للمستهلكين عادة الحصول على معلومات دقيقة وغير منحازة. وأيضًا، تكون هذه المنافسة جزءًا من نظام ضوابط وموازين ديمقراطية تعرف باسم السلطة الرابعة، جنبًا إلى جنب مع السلطة القضائية والتنفيذية والتشريعية.

محددات سيطرة الدولة

كلتا النظريتين لها آثار بشأن محددات وعواقب ملكية الإعلام. تقترح نظرية المصلحة العامة أنه ينبغي للحكومات الأكثر اعتدالاً أن يكون لها مستويات أعلى من السيطرة على الإعلام مما سيؤدي بدوره إلى زيادة حرية الصحافة وكذلك الحريات الاقتصادية والسياسية. وفي المقابل، تؤكد نظرية الخيار العام أن العكس هو الصحيح - "النشاط العام" يتعين على الحكومات الباحثة عن الصالح أن يكون لها سيطرة أقل مما سيزيد من هذه الحريات.

وبوجه عام، تجد ملكية الدولة للإعلام في الدول الفقيرة الاستبدادية غير الديمقراطية التي تتدخل فيها الحكومات بشكل كبير لوجود مصلحة لها في السيطرة على تدفق المعلومات. والدول ذات الحكومات "الضعيفة" لا تملك الإرادة السياسية لكسر احتكارات الدولة للإعلام. وتتفق السيطرة على الإعلام عادة مع ملكية الدولة فيما يخص الاقتصاد.

الصحافة في معظم أوروبا (باستثناء بيلاروسيا) معظمها خاصة وبدون سيطرة من الدولة أو ملكيتها لها، وكذلك في أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية. الصحافة في الولايات المتحدة وكندا وأستراليا دائمًا مسؤولية القطاع

التجاري الخاص منذ بدايتها . وتجد مستويات ملكية الدولة أعلى في بعض دول إفريقيا والشرق الأوسط وآسيا استثناء اليابان والهند وإندونيسيا ومنغوليا ونيبال والفلبين وكوريا الجنوبية وتايوان وتايلاند، حيث توجد مساحات واسعة من الصحافة الخاصة). ويوجد احتكار كامل من الدولة في بورما وكوريا الشمالية.

عواقب ملكية الدولة

حرية الصحافة

حرية الصحافة في جميع أنحاء العالم بداية من عام 2009، وفقًا لمنظمةمراسلون بلا حدود. ترتبط عادة مستويات سيطرة الدولة على الإعلام بمستويات الحقوق السياسية والمدنية والاقتصادية، غير أن هذا ليس هو الحال دائمًا.

ترتبط النتائج الأسوأ بمستويات ملكية الدولة العالية للإعلام، والتي من شأنها رفض نظرية بيجو. الإعلام الخاص بالأخبار هو الأكثر استقلالية، وتجد أنه لا يتم القبض إلا على عدد قليل من الصحفيين وكذلك اعتقالهم أو مضايقتهم في الدول ذات المستويات الأقل لسيطرة الدولة.

تحدث المضايقات والسجن والمستويات الأعلى من الرقابة على الإنترنت في الدول ذات المستويات الأعلى لملكية الدولة للإعلام مثل بيلاروسيا وبورما وإثيوبيا والصين وإيران وسوريا وتركمانستانوأوزبكستان ومع ذلك، ليس هذا صحيحًا دائمًا: فالصحفيون في الدول التي فيها الإعلام متحررًا من سيطرة الدولة مثل تركيا ونيجيريا وكينيا لا يزالون يتعرضون

لمضايقات وتهديدات. بعض الديمقراطيات تسجن الصحفيين مثل روسيا وكوريا الجنوبية، في حين أن بعض الديمقراطيات القريبة، مثل زامبيا، لا تتخذ هذا النهج. وعلى نفس المنوال، فإن الإذاعة العامة في المملكة المتحدة، بي بي سي، بالرغم من تمويلها بواسطة رسوم الترخيص والحكومة، إلا إنها مستقلة عن سيطرة الدولة، لكنه يثير الشك. والدول ذات الاحتكار الحكومي الكلي للإعلام مثل كوريا الشمالية ولاوس تخضع لتأثير كاسترو، حيث تكون سيطرة الدولة قوية بما يكفي لعدم وجود أي مضايقات صحفية من أجل تقييد حرية الصحافة.

الحقوق المدنية والسياسية

تدعي نظرية المصلحة العامة أن ملكية الدولة للصحافة تعزز الحقوق المدنية والسياسية؛ في حين أنها، وفقًا لنظرية الخيار العام، تحد من تلك الحقوق من خلال قمع المراقبة العامة على الحكومة وتسهيل الفساد السياسي. مستويات السيطرة العالية أو المطلقة للحكومة على الإعلام مرتبطة أساسًا بالمستويات الأقل في الحقوق السياسية والمدنية، والمستويات الأعلى من الفساد، وجودة التنظيم وأمن الممتلكات و انحياز الإعلام. ويرى الإعلام المستقل مراقبة أكبر من قبل الإعلام الحكومي (على سبيل المثال، زيادة الإبلاغ عن الفساد في المكسيك وغانا وكينيا بعد رفع القيود في التسعينيات، بينما دافع الإعلام المملوك للدولة عن المسؤولين).

الحرية الاقتصادية

وسائل الإعلام الأكثر استقلالية قد يستفيد منها الجمهور اقتصاديًا مقارنة بالإعلام الحكومي. فبإمكان الإعلام تقديم معلومات أكثر دقة لتحسين

الأسواق، التي هي حساسة بشكل خاص للمعلومات، مما يتيح التبصر في سوء استعمال الشركات للسلطة وتسعير الأوراق المالية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء والتنظيم. بالإضافة إلى ذلك، يتم إعلام الجمهور بشكل أفضل للتصدي لما إذا كانت الحكومة تلحق بهم الضرر اقتصاديًا. وفي المقابل، فإن المستويات الأعلى من ملكية الحكومة للإعلام من شأنها أن تظهر العكس – أمن ممتلكات وجودة تنظيم أقل. ومن الشائع أيضًا بالنسبة للدول ذات السيطرة الصارمة على الصحف أن يكون لديها عدد أقل من الشركات للفرد في أسواقها وأنظمة مصرفية أقل تطورًا. تدعم هذه النتائج نظرية الخيار العام، التي تقترح أن المستويات الأعلى من ملكية الدولة للصحافة تضر بالتنمية الاقتصادية والمالية.

تطوير وسائل الإعلام

تماشياً مع دوره التقنيني، أعدّ المجلس الدولي الحكومي للبرنامج الدولي لتنمية الاتصال، مجموعة شاملة من مؤشرات تطوير وسائل الإعلام ترمي إلى تيسير تقييم المشهد الإعلامي على الصعيد الوطني. ويجري في الوقت الراهن تنفيذ هذه المؤشرات، التي تتعلق بجميع جوانب تطوير وسائل الإعلام، في بلدان عديدة عبر العالم، وذلك لتحديد الاحتياجات الخاصة لكل بلد من البلدان وبغرض تعريف السياسات في قطاع وسائل الإعلام وتعيين الأنشطة الخاصة بمجال تطوير وسائل الإعلام على نحو أفضل.

الخلفية

إن إعداد مؤشرات تطوير وسائل الإعلام هو ثمرة المشاورات الدولية واسعة النطاق التي أجراها المجلس الدولي الحكومي للبرنامج الدولي لتنمية الاتصال في دورته الخامسة والعشرين المنعقدة في عام 2006.

وقد اعتمد المجلس في دورته اللاحقة المنعقدة في عام 2008 المؤشرات بوصفها تشكل أداة تشخيص مهمة لجميع الجهات المعنية من أجل تقييم مستوى تطوير وسائل الإعلام في بلد معين والعمل من ثم على تحديد المجالات الأكثر احتياجاً للمساعدة. واعتمد المجلس قراراً يدعو فيه مكتب البرنامج الدولي لتنمية الاتصال وسائر الجهات المعنية العاملة في مجال تطوير وسائل الإعلام إلى أخذ هذه المؤشرات في الاعتبار، بالتعاون مع السلطات الوطنية، وذلك عند تحديد الاستراتيجيات الإنمائية لمجال الاتصال في سياق عام للتنمية الوطنية.

ومنذ عام 2008، اعترفت الأطراف الرئيسية في مجال تطوير وسائل الإعلام بمؤشرات تطوير وسائل الإعلام؛ ومن بين هذه الأطراف برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والبنك الدولي ومجلس أوروبا.

مؤشرات تطوير وسائل الإعلام: إطار لتقييم تطوير وسائل الإعلام

تحدد مؤشرات تطوير وسائل الإعلام إطاراً أمثل يتيح لوسائل الإعلام على السواء إمكانية المساهمة في تحقيق الإدارة الرشيدة والتنمية الديمقراطية والاستفادة من هذين الجانبين. وتختص مؤشرات تطوير وسائل الإعلام بجميع مكونات البيئة الإعلامية وتتمحور حول خمسة مجالات رئيسية هي:

- منظومة قواعد تفضي إلى حرية التعبير والتعددية والتنوع في وسائل الإعلام
- التعددية والتنوع في وسائل الإعلام، والتكافؤ في الإمكانيات الاقتصادية والشفافية في الملكية
- وسائل الإعلام بوصفها منبراً للخطاب الديمقراطي
- بناء القدرات المهنية ودعم المؤسسات التي تدعم حرية التعبير والتعددية والتنوع
- توفير القدرات على صعيد البنى الأساسية من أجل دعم وسائل الإعلام المستقلة والتعددية.

وتوفر هذه المؤشرات بمجملها الصورة المنشودة لما يجب أن تكون عليها بيئة وسائل الإعلام من أجل ضمان حرية التعبير والتعددية والتنوع في هذه الوسائل. وجدير بالذكر أن المؤشر يُعرّف على أنه عامل كمي أو كيفي يتم قياسه ضمن إطار زمني، ومن شأنه توفير قاعدة بسيطة وجديرة بالثقة لتقييم

النتائج أو التغيرات أو مظاهر الأداء التي تتم ملاحظتها في المشهد الإعلامي في بلد معين.

وفي ما يتعلق بكل مؤشر، يشير الإطار الذي حدده البرنامج الدولي لتنمية الاتصال إلى وسائل متنوعة للتحقق وإلى موارد للبيانات المحتملة.

تنفيذ مؤشرات تطوير وسائل الإعلام

يجري في الوقت الراهن في بلدان من مختلف أنحاء العالم تنفيذ هذا الإطار، وذلك من أجل القيام بتقييم متعمق لبيئتها الإعلامية. وقد سبق لليونسكو أن أجرت عمليات تقييم تستند إلى مؤشرات تطوير وسائل الإعلام في كل من بوتان وكرواتيا ومصر وإكوادور وغابون والأردن والملديف وموريتانيا وموزمبيق وتيمور- ليشتي وتونس. كما يجري إجراء دراسات أخرى في بوليفيا والبرازيل وكوت ديفوار والعراق ومالي ونيبال وأوغندا وفلسطين وجنوب السودان وتوغو وأوروغواي، فضلاً عن تنفيذ مشروع إقليمي في جنوب شرق أوروبا. وفي أغلب الحالات، تعمل اليونسكو بشراكة مع منظمة معنية بتنمية وسائل الإعلام أو مع معهد بحوث محلي يتسم بالاستقلال والمصداقية ويُناط به تنسيق هذه الدراسات. ويتم إيلاء الأولوية لإجراء مشاورات متعددة الأطراف تجمع أطرافاً من القطاع العام والخاص. وتتيح عمليات التقييم هذه اقتراح توصيات تقوم على الدلائل وترمي إلى مساعدة راسمي السياسات والأطراف المعنية بتنمية وسائل الإعلام في ما يتعلق بمعالجة أوجه القصور التي تم تحديدها، وبتهيئة بيئة من شأنها دعم وسائل الإعلام الحرة والمستقلة والتعددية.

وتبادر منظمات أخرى من تلقاء نفسها باستخدام إطار مؤشرات تطوير وسائل الإعلام لإجراء مثل هذه الدراسات، كما هو الشأن في بنين (مشروع

نفذته مؤسسة وسائل الإعلام في غرب أفريقيا والوكالة الدنمركية للتنمية الدولية، وكذلك في قطر (المشروع الذي أطلقه مركز الدوحة لحرية الإعلام).

وقامت اليونسكو مؤخراً بنشر دليل عملي لمساعدة الباحثين في ما يتعلق بتنفيذ مؤشرات تطوير وسائل الإعلام، وذلك استناداً إلى الدروس المستفادة خلال عمليات التقييم الأولى.

كما يتم أيضاً استخدام مؤشرات تطوير وسائل الإعلام لتحديد نهج مشترك للأمم المتحدة في مجالي تطوير وسائل الإعلام والإدارة الرشيدة.

وأخيراً، راجع مكتب البرنامج الدولي لتنمية الاتصال استمارة تقديم المشروعات، وطلب من مقدمي الطلبات توضيح الروابط بين مؤشرات تطوير وسائل الإعلام وأهداف التطوير المنشودة الخاصة بما يقدمونه من مشروعات.

إعداد إحصائيات جديدة بشأن وسائل الإعلام بالتعاون مع معهد اليونسكو للإحصاء تم بالتعاون مع معهد اليونسكو للإحصاء وضع مجموعة موحدة جديدة من الإحصائيات تستند إلى مؤشرات تطوير وسائل الإعلام، وذلك من أجل أن يكون إطار هذه المؤشرات قابلاً للتنفيذ بالكامل. وقد أجري استقصاء رائد في 28 بلداً عبر العالم خلال عام 2011، ثم أعيد النظر في استبيان جديد وتم تحسينه (اضغط هنا للاطلاع على التقرير التحليلي الذي أعده معهد اليونسكو للإحصاء استناداً إلى استطلاع الآراء الرائد المذكور). وقد تم إنجاز مرحلة ثانية من هذا الاستقصاء الرائد في عام 2012 بمشاركة نحو 60 بلداً.

الفصل الثاني

الإعلام .. والإعلام الحر

تغيرات المفاهيم والممارسات الفردية والمجتمعية يعتمد على مبادئ الافراد واخلاقياته وبشكل الاساسي على إعلام بما يوفره من الكم الهائل من المعلومات والبيانات والاخبار والتقارير والاراء المختلفة اما عن طريق المقالات والمقابلات الصحفية والتلفزيونية .. والإعلانات .. اذ لايستطيع اي فرد من تكوين موقف او رأي وفكرة معينة الامن خلال المعلومات والبيانات التي يتم توفيرها له ، مما يؤكد قدرة الإعلام على تغير المفاهيم وبناء الاراء وتاثيرها وبشكل مباشر لدى الافراد والمجتمع .. مما جعلت من المجتمعات والامم من الاستحالة الاستغناء عن الإعلام والذي يقدم خدمة كبيرة وجليلة لتيسير شؤنهم الخاصة والعامة وفي توثيق مناحي حياتهم وتأريخهم .. على ضوء الاتصالات المباشرة من خلال تبادل المعلومات او من خلال وسائل الإعلام المختلفة التي تدفق المعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية .. مما يؤثر تاثيرا مباشرا على الافراد اللذين يكونون المجتمع ..

واليوم بعد الثورات الشبابية المتعددة على الساحة العربية بداءا من تونس ومرورا بمصر وليبيا والبحرين واليمن وسوريا وحتى العراق .. كان للإعلام دورا كبيرا فيها .. حيث أهم وسائل الاتصال للعصر الحديث اي الانترنيت لعبت ومازالت تلعب دورا بارزا في التواصل معا وامتداد الثورات من مدينة الى اخرى او من دولة الى الاخرى .. ورأينا كيف الإعلام السلطة والحزب الحاكم يشوش على تلك الثورات ويسمون الثوار بالارهابيين والخونة والمرتزقة والعملاء .. ويمنعون وسائل الإعلام من نقل الأحداث والاخبار .. مما يدل

على ان الإعلام اصبح لغة عصرية وحضارية ذات التأثير الاكبر لا يمكن تجاهلها أو الاستغناء عنها ، ما يتطلب من الإعلاميين استيعاب قدراتهم لامتلاك مقومات الإعلام وعنصرها ومبواكبة التطورات التي تشهدها وسائله المختلفة من تطورات وابتكارات نوعية .. حيث تعددت ادوات الإعلام وتنوعت .. وأصبحت أكثر قدرة على الاستجابة مع الظروف والتحديات التي يرفضها الواقع الإعلامي عبر تناوله وطرحه العديد من القضايا التي تهم المجتمع اهتماما واسعا ولافتا في مختلف الميادين وعلى كافة الاصعدة .. لكن رغم التطورات الهائلة لوسائل الإعلام رأينا ايضا ضعف الامكانيات المهنية والإعلامية والفنية والموضوعية والشفافية من بعض وسائل الإعلام والتي بالتالي تؤدي سلبا في التأثير على مستقبل لتلك الوسائل ورسائلها الإعلامية .. وفي رؤيتنا لتحجيب حريات الإعلام والقوانيين الجائرة في بعض بلدن الوطن العربي التي تقيد الصحفي وعمله الإعلامي مما يجعل من الاستحالة ايصال الرسالة الإعلامية بصورة التامة والمطلوبة للجماهير والمجتمع .. مما يجعل من تلك الوسائل تكون في خانة وسائل الإعلام الصفراء رغما عن انفها .. ولهذا السبب قررنا تشكيل مجموعة الإعلام الحر على الفيس بوك .. لكن لم نلاحظ اي تجاوب حقيقي لذا قمنا بتشكيل مؤسسة الإعلام الحر الغير حكومية ويعمل بشكل ممتد من اقصى الشرق العربي الى اقصى الغرب العربي ومن شماله الى جنوبه ...

وفي هذا الوقت عندما نرى تحجيب لحرية الإعلام من خلال ممارسات منع التصوير ومنع الصحفيين من عملهم المهني ومصادرة اجهزتهم الخاصة وابعاد الصحفيين من مواقع الحدث .. واعتقالهم وفي بعض الاحيان قتلهم .. وكثرة القيود من خلال قوانيين جائرة في كثير من بلدأن الوطن العربي .. فكان

علينا ان نكون اكثر جديا لكي يكون للإعلام التأثير الايجابي على المجتمع وان يتمتع الإعلام بحريتها المشروعة لكي يصل الرسائل بالصورة المطلوبة للجماهير..

وبما ان الإعلام الحر يشكل احد ابرز مقومات المجتمع الديمقراطي .. ومن دونه لا يمكن ان تنمو تجربة ديمقراطية حقيقية وتتطور وتزدهر .. فهو بمثابة صمام الامان .. يحرسها ويقومها ويفتح امامها افاقا للنضج والتطور .. ولكي يكون تاثير الإعلام ايجابيا على مجتمعاتنا في الوطن العربي ويحترم فيها حقوق الكاملة لكل الاقليات الاخرى المتعايشة ضمن الرقعة الجغرافية في الوطن العربي لها ما مثل لها الاكثرية من الحقوق والواجبات.. فوظيفة الإعلام الحر تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي والتقارب بين افراد المجتمع الواحد..

لكن مع الاسف الشديد الكثير من وسائل الإعلام في الوقت الراهن تفتقد تغطية منهجية تتماهي مع قواعد [علم] الإعلام ونظرياته بعيدا عن العفوية والارتجال .. وخصوصا تلك الوسائل الإعلامية التي رهنت سياساتها وتطلعاتها بالتعايش مع متطلبات السوق الإعلامي بما يضمن لها ترويج سلعاتها الإعلامية في اكبر عدد ممكن من الاسواق لضمان وصولها الى اكبر عدد ممكن من جمهور المتابعيين .. وهذا الشيء الذي ربما اعطى المجال لحدوث ممارسة إعلامية خاطئة وضبابية افرزت حالة التيه والارباك اثارت الشكوك حول حقيقة دور وسائل الإعلام في الحياة العامة .. وعكلت على فجوة كبيرة وأزمة لمصداقية الإعلامية لدى الملتقي والمرسل والرسائل الإعلامية .. وايضا لظهور عدة تقارير المنظمات الدولية المختصة أن واقع حرية الصحافة في العالم العربي

لا يزال مزرياً في ظل غياب التشريعات التي تضمن حقوق الصحفيين. وهامش الحرية الموجود في بعض الدول العربية ما هو إلا نتاجاً لتقدم تكنولوجيا الإعلام.. ولا تزال السجون العربية مليئة بمعتقلي الرأي.. والفكر .. وبما ان لا يمكن للإعلام الحر أن يولد بصورة مثالية ومتكاملة مرة واحدة، بل لابد ان يمر بمراحل ولادة ومراهقة ثم نضج، من خلال التفاعل والامتزاج مع مسار العملية الديمقراطية..

فهو لا يعمل في فراغ، وانما هو مشروع محدد في بيئة اجتماعية معينة، هذه البيئة محكومة بمكونات ثقافية وايديولوجية لذلك فان حرية الإعلام لا تعني بالضرورة تجاوز شروط هذه البيئة ومتطلباتها..

لقد اثبتت التجارب العالمية، وخاصة البلدان الديمقراطية الرئيسة، ان الإعلام هو المقياس لمعرفة درجة الحرية التي تتمتع بها تلك الديمقراطيات، اي بمعنى ان الإعلام اصبح هو المقياس في ديمقراطية الحكومات من عدمها.

قررنا نحن بعض اكاديميين وصحفيين وإعلاميين وحقوقيين في مجال حقوق الرأي والنشرمن لبنان ومصر والعراق وتونس والمغرب العربي واليمن والامارات والعراق بتشكيل مؤسسة الإعلام الحر الغير حكومية وتقع على المؤسسة مسؤلية كبيرة لدعم مسيرة الإعلام في الوطن العربي بمساريها المهني والاكاديمي الذي يحقق إعلام مهني وموضوعي ذات شفافية لتفعيل دور الإعلام الايجابي للمجتمع .. ولخلق الرسالة الإعلامية الهادفة لضمان حرية المجتمع والحفاظ على مقومات الديمقراطية وتطويرها والنهوض بوسائل الإعلام والمجتمعات الوطن العربي والدول معا

ويهدف مؤسسة الإعلام الحر إلى:

تحقيق عدد من الأهداف، التي تتمثل في إعلام هادف غير منحاز، يحقق رسالة الإعلام في كونه سلطة رابعة تراقب وتنتقد وتتقصى الحقائق، ومن اجل ان ينصب على تنمية قيم الاصالة والحداثة، واشاعة مفاهيم المواطنة والديمقراطية والتعددية والحرية والتعايش وحماية حقوق الإنسان كحقه في التعبير والمشاركة والتنمية الإنسانية الشاملة واحترام الحقوق الثقافية والخصوصيات بكل اشكاله لمكونات الشعب كافة والاضطلاع بمهمات توعية شرائح المجتمع بالتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية بما يسهم على نحو فعال في نشر الثقافة، من خلال الضخ المعلوماتي الاخباري والتحليلي لمعطيات المعرفة.

ان من أهداف الإعلام الحر تعزيز مفهوم المجتمع المدني ومؤسساته وسيادة القانون وتثقيف المواطنين باهمية العملية الديمقراطية وابعادها المختلفة وايجاد وسائل التواصل بين المكونات المختلفة للمجتمع، وتعزيز سبل تواصل المسؤولين مع المشاكل الاجتماعية والاقتصادية للشعب وخلق ثقافة المساءلة في القضايا العامة بما ينمي من حس المسؤولية والمواطنة والتوعية بضرورة المحافظة على الهوية الثقافية الوطنية من خلال العناية بالموروث الثقافي والحضاري والحفاظ عليه.

ويندرج الارتقاء بالمستوى الإعلامي والفني ضمن أهداف الإعلام الحر بما يحقق تطورا واضحا للاداء الإعلامي وتطوير وسائل انتاجه لينافس نظراءه من المؤسسات الإعلامية في المنطقة ودعم الابتكار والأعمال التجريبية، فضلا عن التواصل مع العالم من خلال الندوات والبرامج ونقل الأحداث وتأسيس

مكاتب إعلامية في العواصم العالمية المهمة بغية نقل صورة حقيقية عن العراق الجديد وتعزيز وتطوير العلاقات الإعلامية والثقافية والفنية مع نظيراتها في تلك البلدان.

المبادئ

يعتمد الإعلام الحر على مبادئ هي:

المصداقية:

اعتماد المصداقية في نقل كل المعلومات والاخبار والبرامج للمتلقي، وهذا لن يتم الا بنقل الحقيقة والمعلومات والأحداث، والتصريحات كما هي دون رتوش او اضافات او حذف او تجاهل او تشويه، ومحاولة الوصول الى كامل الحقيقة، ان كانت المعلومات الواردة ناقصة او تمثل جزءاً من الحقيقة، وتأكيدا على مصداقيتها فان الإعلام الحر بكل روافده لا ينقل اية معلومة، لاغراض الاثارة او السبق الصحفي غير متأكد منها، بل لابد أن يستند في معلوماته إلى مصادرها الاصلية، أو مصادر موثوق بها ومعروفة.

وهذا ما يكسبه سمعة طيبة داخل الاوساط الإعلامية والثقافية ورصيداً ثراً في الرأي العام.

الأمانة:

وهي رديف الحقيقة، ولا يمكن ان نسبر غور المعلومات والوصول الى حقيقة الموضوع دون ان تكون الامانة اساساً لها، حيث تقتضي الامانة ان يعرف الجمهور كل شيء دون اخفاء معلومات او مواربة او تدليس او عدم الكشف

عن كل الحقيقة، او عدم نقل كل الاراء والمواقف المختلفة عن اي حدث او قضية تهم المواطن والوطن. فكل شيء يعلن للجمهور.

الشفافية:

حيث تلعب الإعلاميات (الصحف والفضائيات والاذاعات) دورا كبيرا في تحقيق الاتصال المباشر مع الشعب من خلال شبكة واسعة من المكاتب والمراسلين وتتولى نقل الأحداث كما هي على ارض الواقع وبشكل مباشر دون اية تحفظات او مخاوف ليطلع عليها الشعب والسلطات الرسمية، كما انها تقوم بنقل هموم المواطنين ومعاناتهم ومشاكلهم بصورة مباشرة الى المسؤولين الحكوميين دون ان تترتب على ذلك اية عواقب، كما تقوم في الوقت نفسه بنقل اراء المسؤولين الرسميين ومواقفهم ونشاطاتهم وفعالياتهم الى الشعب من خلال شبكة المراسلين والمندوبين بما يعكس وجهة نظر تلك الجهات الرسمية في الأحداث الجارية او في ما يتعلق بسياسة الحكومة على جميع الصعد الامر الذي يسهل على المواطن اتخاذ موقف معين او تبني رأي محدد ومن ثم تشكيل رأي عام تسترشد به السلطات الحكومية وتتخذ مواقفها بناء عليه وهذا ما يسمى في الادب السياسي بـ(الشفافية).

الاختلاف والتنوع والتعدد:

في ظل الانظمة الشمولية كان الاختلاف في الرأي والعقيدة او المبدأ امراً محرماً على وسائل الإعلام وكان التنوع فيها محدودا وفي نطاق ما تسمح به السلطة، اما التعدد في الوسائل فكان شيئا يقارب المستحيل لا إعلام سوى إعلام السلطة هذه النظرية هي التي تحكمت في إعلاميات تلك الحقبة، ولكن في ظل المرحلة الجديدة يصبح الاختلاف في الرأي او العقيدة او المبدأ سمة اساسية

من سمات الإعلاميات كما يصبح التنوع فيها واسعا بلا حدود، اما التعدد فهو متاح للجميع بلا قيود فنجد ان كيانا ما يمتلك اكثر من صحيفة وقناة فضائية واحيانا اكثر من ذلك ويفضل هذا التعدد تكونت لدينا ثروة إعلامية هائلة من حقنا ان نفتخر بها باعتبارها دليلا لا يقبل الشك على امتداد رقعة الحرية واتساعها لتسجل جميع مكونات الشعب الدينية والقومية والمذهبية وحتى الحزبية. بالرغم من قساوة الظروف الحالية وطغيان الاتجاهات الجزئية على الاتجاه الوطني العام.

الحيادية:

يعتمد الإعلام الحر الحيادية التامة في نقل الأحداث والمعلومات، ولم يكن في يوم من الايام مع او ضد اية معلومة بل يفتش عن المعلومة بحيادية تامة، ويقدمها للمتلقي ليحكم ويقرر بنفسه على الامور.. لكن ذلك لا يعني ان لا يبصر المواطن بما يجري في البلاد على كل الصعد ولا تعني الحيادية عدم الكشف عن مواطن الخلل او الضعف او الفساد المالي والاداري.

الاستقلالية:

لم يكن الإعلام الحر، في يوم من الايام تحت امرة او توجيه اية جهة حكومية او حزبية، ولا يعني تحويله بعض الحالات من المال العام انه جهاز تنفيذي تابع للحكومة او احدى مؤسساته.. انه الإعلام المرتبط بالشعب، ولايعني زعل مسؤول او وزير على احد روافد هذا الإعلام، بسبب طروحاته الموضوعية وتشخيصاته للسلبيات والثغرات في عمل الوزارات، قطع تمويله او فصل احد منتسبيه ..

فهو يمتلك الاستقلالية التامة في نشاطه الثقافي والإعلامي.

الاعتدال:

يتخذ الإعلام الحر من موضوعة الاعتدال اساساً في كتاباته ومقالاته ودراساته وبرامجه، سواء لمحرريه ام الكتاب الخارجيين، فهو لايمكن ان ينشر اية مقالة او برنامجا متطرفا او منحازا بشكل غير موضوعي او متجن، سواء في المجال السياسي ام الاقتصادي ام الاجتماعي او الثقافي ..

الإعلام الحر بين الواقع والمامول

إشتدت الممارسات القمعيه الحكوميه في الوطن العربي ضد وسائل الإعلام المستقله والفضائيات بعد إحداث تلك الوسائل الإعلامية حراكا مجتمعيا كبير في السنوات الاخيره وأصبحت تلك الوسائل في خط المواجهة مع الأنظمه وأصبح العالم العربي مثتسني من المناطق التي تحترم حرية الإعلام وضرورته فالإعلام العربي يرزح تحت احمال متراكبة من دوائر القمع تشل حركته وتقعده عن التقدم. فهناك أولاً القيود التي تفرضها الحكومات علي الإعلام في بلادها، وهناك قيود التجزئة العربية التي تقطع أوصال السوق وتمنع الكتاب والصحيفة من الانتقال من بلد الي بلد الا بشق الأنفس فليبيا وسوريا والجزائر وتونس ودول عربيه اخرى تشترط موافقة أجهزته الامنيه علي مجرد زيارة صحفي أجنبي أو عربي. ثم هناك تحديات التخلف التقني ونقص الامكانيات.

وقد اجتهدت عبقرية الإعلاميين العرب في ابداع حلول لهذه المعوقات، وذلك عبر الدخول الى الملاجئ الآمنة كما في بيروت الستينات، ثم أوروبا

وأمريكا بعد ذلك. ولكن هذا الهروب لم ينقذ الإعلام العربي من أزمته، بل أدي الى تعميقها. ذلك ان الأزمة لاحقت الإعلام العربي في ملاجئه الجديدة، أولا لأن القراء والمتلقين ما زالوا في العالم القديم، والوصول اليهم لا بد ان يتم عبر الحكومات التي تم الفرار من قبضتها. وثانيا لأن ثنائية الطفرة النفطية ومعادلات التكلفة العالمية للانتاج الإعلامي في اوروبا جعلت من الصعوبة بمكان علي أجهزة الإعلام التي لا تعتمد علي التمويل الخارجي ان تصمد في السوق. وثالثاً لأن الانقسامات والتحزبات جعلت من الصعب اقامة مؤسسات إعلامية مستقلة غير متحيزة لهذا الطرف أو ذاك. وأخيرا لأن البعض رفض التخلي عن عاداته القديمة، واختار الالتصاق بالواقع المفترض الهروب منه.

وقد نتجت عن هذه الأوضاع الحالة التي اطلقنا عليها في وقت سابق عصر الظلام في العالم العربي، ويتميز هذا الوضع بمميزات فريدة لا مثيل لها في خارج عالمنا، فبينما يهاجر الكتاب والإعلاميون من دول العالم الثالث الاخري للبحث عن الحرية في الغرب، نجد النسق السائد عربياً هو التهافت علي مراتع العبودية، والتزاحم علي مقابر الصمت المسماة اجهزة إعلامية قوميه، حيث يدثر الكاتب في أكفان من الحرير تزفه من مقابر الاحياء الي مقابر الاموات دون ان يلاحظ احد الفرق.

وقد أدرك اهل الشأن هذا فقاموا بتقديم المغريات للإعلاميين، ويكيلون التهديد والوعيد للقلة التي لم تقبل الانصياع الكامل. ولم تكن بعض الانظمة تكتفي بالتهديد، فكم من إعلامي لقي مصرعه في شوارع لندن وباريس او بيروت أو اختفي في شوارع القاهره او سحل لمجرد ابدائه رايا يخالف توجهات النظام وكم من زج بهم في سجون الانظمه القمعيه. ولكن السيف الأكبر

المسلط علي رقاب محاولات اقامة مؤسسات الإعلام الحر في المهجر وغيره كان ولا يزال محاولات الخنق المالي عبر الحرمان من التوزيع ومن الدخل الاعلاني.

وخلال العقدين الماضيين توصلت الأنظمة العربية الي ما يشبه الاجماع علي ما يمكن ان يسمي بالقمع التعاوني . فبينما كانت الانظمة حتى نهاية التسعينات تسمح لخلافاتها بان تؤثر في سياساتها الإعلامية، وظلت تتخذ من التراشق الإعلامي وايواء المعارضين وسيلة للضغط علي الخصوم، فان الجميع سرعان ما أكتشفوا ان الخير في التعاون. ولهذا لم تعد الانظمة تسمح لإعلامها بمهاجمة اي نظام عربي آخر مهما كان معاديا. واصبح انتقاد اي نظام عربي آخر مهما كان معاديا يعاقب بمثل عقوبة انتقاد نظام البلد نفسه. وبالمثل فان المعارضين المطلوبين لأي بلد عربي آخر يسلمون بدون النظر الي ما ينتظرهم من مصير مظلم واخير وبالرغم من ان حكومات الوطن العربي تكره الوحده العربيه او توحيد الراي في اي قضيه تهم شعوبهم فقد اتحدت الحكومات العربية علي تقنين تشريعات تحت مسمي وثيقة الإعلام العربي تكبل الوسائل الإعلامية وتضعها في كفن اوهام الاجهزه السلطوية.

اذا هناك اجماع علي اسكات كل الاصوات الحرة والمعارضة علي اختلاف توجهاتها وفي كل المنطقة العربية، بل وخارجها، وفي هذا الاطار تأتي الحملة علي الجزيرة والصحف المستقله والمدونين وحتى مستخدمي الموقع الشهير الفيس بوك كمحاولة لاسكات الاصوات النشاز التي تغرد خارج سرب الطاعة والامتثال.

فحجب الاعلان عن الصحف لا يعني فقط استهداف حرية وسائل الإعلام، بل ايضا حرية المؤسسات الاقتصادية في اتخاذ قراراتها التجارية بناء

علي تحري المصلحة والفعالية. بمعني آخر هناك ممارسة للحجر علي حرية التجارة والتبادل الاقتصادي إضافة الي العدوان علي حرية الحديث وحرية الاستماع.

ولكي يخرج مارد الوطن العربي من القمقم الذي يريد البعض حبسه فيه الى الأبد، فلا بد من ان تتحرك كل قطاعات المجتمع المدني لتكسير الاغلال التي تكبل المجتمع وتمنعه من النهوض والتقدم. ولعل البداية تكون بدعم منظومة الإعلام الحر وتقويتها وافشال محاولات خنقها. وهذا يعني من جهة كسر كل الحواجز التي تمنع الرأي والخبر من الوصول الى القارئ، وقد تكفل الانترنت بهذا الأمر الى حد كبير، حيث ظهر جيل جديد حر من الكتاب واصحاب الراي من خلال التدوين ورإينا في مصر تجربه فريده من نوعها تظهر لاول مره في العالم وهي تجربة استخدام واسع ومنتشر للانترنت في نقل المعلومه وتبادل الراي ونشر الخبر فقد حمت تلك التجربه قوي المعارضه في مصر من بطش مؤكد من النظام من خلال نشر قضايا تعذيب ونقل اعتصامات ومظاهرات لتلك القوي بسرعه فائقه تغلبت علي باقي وسائل الإعلام التقليديه وأصبح بمقدور القراء والمشاهدين الوصول الي الخبر رغم انف الرقباء.

ولكن تبقي مع ذلك مشكلة التمويل والتدريب علي إستخدام البديل الإعلامي وهي ضرورية لقيام واستمرارية اجهزة ووسائل الإعلام الحرة التي تساعد المجتمع علي التحول الديمقراطي والنمو. وفي اعتقادي أن الانترنت هو أهم الوسائل الإعلامية المتطوره في التاثير في المجتمعات ولنا تجارب في ذلك. فموجة الانترنت ضربت عالمنا العربي وزاد الاقبال علي تعلمه واستخدامه الي عشرة امثال النسبه التي كانت عليها قبل عام 2003وبمقدورناان نوحد الجهود

من اجل الاستفاده المناسبه منه فهو ضروره للتحول الديمقراطي والتنميه والثقافة والمعرفة والتجاره والتسوق كل شيء متاح ولكن بشرط توجيد الجهود من خلال حملات توعيه وتعليم وتوجيه الي الايجابيات اوتوضيح السلبيات وهوما سيحفز المستخدم لمعرفة الحقيقه بنفسه ان بناء جيل من مدونين متحضرين هو كفيل بحماية حقوق الإنسان من خلال حث المواطن علي المطالبه بحقوقه وعدم التخلي عنها اننا نطالب المجتمع المدني بزيادة مشاريع محو أمية الحاسب الآلي فهي ضروره ملحه يقتضيها الحال العربي الان علينا جميعا التركيز علي تقديم الدعم الفني والتقني وتبني قضايا هذا الجيل الرائع من المدونين العرب اصحاب الكتابات المؤثره والتي ادت الى شيوع ظواهر ايجابيه ظل الجميع غير قادر علي تحقيقها سنوات طويله .

اننا كعرب نطيل التباكي علي ما نحن فيه من تخلف وتغيب متعمد عن التأثير الفاعل في عالم اليوم، وينحي كل منا باللائمة علي غيره فيما وصلنا اليه من تدهور للاحوال لا نتخيل ان دونه قاعا حتى نكتشف بسرعة اننا كنا مخطئين، ولكن مهما كانت المسؤولية المباشرة عن هذه الأوضاع، فان هناك اضافة الى ذلك مسؤولية تضامنية لا يخلو منها فرد. فالسكوت عن الأوضاع، او التخاذل والتأخر عن التحرك لتغييرها هو من قبيل المساهمة الفاعلة في ابقاء الأوضاع علي ما هي عليه. وقد يكون هناك عذر في السكوت او القعود حين تكون البدائل المطروحة هي السيئ والاسوأ، مثل التورط في أعمال العنف، او المخاطرة في مقاومة سلمية عواقبها لا تقل خطورة عن العنف في ظل انظمة لا تراعي في معارض حقه.

ولكن المساهمة في دعم الإعلام الحر تخلو من كل هذه السلبيات، وتتيح لكل فرد مهما ضعفت قدرته المساهمة في عمل ايجابي وخلاق بدون التعرض الي مجازفة شخصية كبيرة. وهي عمل ميسر ومتاح (أو من الممكن ان يصبح كذلك) لكل من شاء.

هناك إذن مسؤولية تضامنية باتجاه ارساء أسس منظومة الإعلام الحر والمبدئي والملتزم اخلاقيا، تبدأ من انشاء المؤسسات والوسائل الإعلامية الحرة، ثم اتاحة المجال للقراء بالمساهمة فيها بالدعم والكتابة والتقييم والتقويم. ثم تأتي بعد ذلك مسؤولية القراء وقادة المجتمع المدني من ناشطين ورجال أعمال وغيرهم للاستفادة الكاملة من فرص المشاركة والمساهمة المتاحة هذه. واذا قام كل بمسؤوليته فلن يطول بنا الوقت لنشهد انقلابا طال انتظاره في اوضاعنا العربية.

اخلاقيات المهنة الإعلامية

بدأ تدوين أخلاقيات العمل الإعلامي ومواثيق الشرف و قواعد السلوك المهنية للمرة الأولى في بداية العشرينات من القرن الماضي وهناك الآن اقل من 50 دولة فقط من بين 200 دولة في العالم لديها نظم متطورة في الاتصال الجماهيري ذات مواثيق لأخلاقيات المهنة تؤثر بشكل فعال على القائمين بالاتصال ،أو تحمي التدفق الحر الإعلامي.

فان الفرد كائن حي عقلاني وأخلاقي وان أخلاقياته تحدد له ما يجب عليه المحافظة عليه وفق القانون،فلكل مهنة أخلاقياتها التي لابد من الالتزام بها، فالإعلام كمهنة تقوم على أسس من الأخلاق واجب التحلي بها لكل فرد يمتهنها، فقبل أن نتطرق إلى أخلاقيات المهنة يجب أن نتعرف أولا على القضايا

التي تمس الإعلام والتي يجب يتمسك الإعلامي أخلاق مهنته اتجاهها مثل: السلطة والواجب، الحرية والمسؤولية والحقيقة ، والتعددية ، الاختلاف، الصالح العام، واحترام الآخر وهي مفاهيم فلسفية ،من الصعب تجاوزها حين نتطرق إلى قضايا الإعلام، لكونها تساعدنا على إدراك "المعنى" لماذا ؟ لماذا نقوم بهذا العمل ولا نقوم بذاك؟ ما المحددات الكبرى لأفكارنا وسلوكنا ؟ ما هي نوع القيم أو المسؤولية أو الأخلاق الواجب الالتزام بها في ممارسة الإعلام؟ ، ومن الذي يحددها؟ أين تبدأ وأين تقف حرية التعبير؟ كيف نضمن التعددية والاختلاف والعدالة والصحة.

فالأخلاق تطرح في مهنة الإعلام إشكاليتين:

1. إشكالية تحديد مفهوم الأخلاق ذاتها: ما مرجعيتها،هل هي دينية أم عرفية أم وضعية ؟ ما مبادئها هل هي ملزمة أم لا...؟
2. وإشكالية ترجمة هذه الأخلاق إلى قوانين وإجراءات وتنظيمات تحدد مسؤولية كل طرف بدقة ماله وما عليه ما يجب أن يقوم به أو يمتنع عنه؟ وهو ما يفيد ضرورة التفريق هنا بين ما هو أخلاقي محض، أي يرجع إلى الضمير الفردي (للصحافي أو غيره) وما هو أخلاقي قانوني الذي يخضع إلى المحاسبة والعقاب."

وتتلخص أخلاقيات المهنة فيما يلي:

1. الصدق: هو الدافع لأدبيات التعامل مع (المادة) الإعلامية، فالحقيقة هي المحور المحرك للإعلامي والوصول إليها ليس عن الطرق الملتوية ولا القصيرة المشوبة بما يخدش دقتها وصدقها و واقعيتها، بل يمكن الوصول إليها عن طرق صعبة ولكن سليمة تكون مدعاة السرور وجلب

الاطمئنان إلى التميز ومقارنة العمل من شخص إلى آخر في مجال المصدر صحيفة كانت أو إذاعة أو تلفازا، ذلك لان الوسائل الإعلامية تسعى إلى الوصول إلى الحقائق عند الناس أو في واقع الوقائع ضمن بيئتها و زمانها، ولأن الحقائق ليست دوما في متناول من يريدها فلابد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق وفي ذلك جهد ومشقة.

2. احترام الكرامة الإنسانية: مما يقتضب عرض الأخبار و الصور بما لا يمس هذه الكرامة جماعية كانت (فئة أو ثقافة أو دين) أو فردية (مثل عرض صورة شخص دون إذنه) إن هذا يقتضي استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات، بحيث لا يجوز استعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص (مثل التسجيل أو التصوير الغير قانوني).
3. النزاهة: وتعني تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر والتعليق أو الإشهار وبين الصالح العام والصالح الخاص (الاعتبارات الذاتية)، كما تفيد النزاهة التجرد من الهوى والاستقلالية في العمل وعم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية(المنشاة) كانت أم خارجية (الجمهور) والضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بجميع أشكالها.
4. المسؤولية: أي أنه يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية الصحة من أخباره بمعنى انه لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجته والحذر في نشره.
5. العدالة : وتفيد بأن المواطنين متساوون في الحقوق و الواجبات كما هم متساوون أمام وسائل الإعلام ، ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على أن

تكون هذه الوسائل تعبيرا عن فئة أو ثقافة أو جهة دون أخرى، وأن العدالة تقتضي توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور والابتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة.

اشكاليات اخلاقيات المهنة الإعلامية

وتظهر أخلاقيات المهنة الإعلامية في أشكال عدة:

1. أخلاقيات خاصة بتعامل الصحفي أو الإعلامي مع مصادره: وهي أن يلتزم الإعلامي أو الصحافي بسرية المصادر من أن يكشف عن هوية واسم المصدر الذي استخلص الأخبار والمعلومات منه، وكذلك تشمل المسؤولية فيجب على الإعلامي أن يحرص على صحة معلومات المصدر ومصداقيتها لأنه سوف يكون مسؤولا عنها اتجاه الجمهور وغيره من المتعلقين بالاتصال.
2. أخلاقيات خاصة بتعامل الإعلامي مع المواطنين من جمهور ووسائل إعلام: وتشمل عدم التطفل على الحياة الخاصة للآخرين والخوض في أمورهم الشخصية والكشف عن أسرار حياتهم الخاصة واستقلالها لتحقيق مصالح معينة سواء كانت شخصية أو عامة، ومن الجدير بالذكر أن الحق في التمتع بالخصوصية لا يمتلكه أصحاب الشخصيات العامة أو من يتولون المناصب المعروفة في المجتمع ذلك لان واجباتهم و وظيفتهم العامة تؤثر على حياتهم الخاصة.
3. أخلاقيات الخاصة بالإعلان: وهي مبادئ تقوم على الحرص على تجنب نشر الإعلانات الخاصة بالخمور والمخدرات و السجائر واليانصيب والمضاربات المالية، وعدم عرض الإعلانات التي تشمل على السب

والقذف والألفاظ النابية وانتهاك الآداب وقضايا الجرائم و الفظائع، الحرص على نسبة المادة الإعلانية المتفق عليها دوليا، الحرص على مضمون الإعلان وما يدعو إليه من قيم وسلوكيات قد لا تتفق مع معايير ومبادئ المجتمع و الممارسات القومية، عدم استغلال المرأة أو الطفل كأداة ترويجية وبيعية ،الحرص على أن يكون الإعلان سليم بحيث أن يكون مضمونه واضح لا يضلل الجمهور.

4. أخلاقيات خاصة بالسياسات التحريرية لوسائل الإعلام: وهي تقوم على الصدق والدقة في تحري الأخبار والإنصاف والتوازن وتجنب التحريف والتشويه.

5. أخلاقيات خاصة بحقوق الزمالة بين الإعلاميين: ذلك عدم الاعتداء على زملاء المهنة بالقذف أو السب أو المعاملة السيئة من احتقار أو السخرية من رأي الآخرين أو الاعتداء على حق زميل كسرقة مادته الإعلامية وانتحال آراء غيره ونسبها إليه.

6. أخلاقيات خاصة بوسائل الإعلام بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده: ويدخل في وذلك عدم التحريض على كل ما يخالف القيم والعادات والمعايير التي يقوم عليها المجتمع من إثارة الفاحشة، التحريض على العنف السلوكيات الشاذة، إثارة الشهوات من خلال عرض وتصوير الممارسات الجنسية أو كتابات تحتوي على ألفاظ نابيه تثير الشهوة وتحد على الانحلال والابتذال ، وابرز مثال على ذلك ما جاء في الإفراج عن السجناء العراقيين في قناة الجزيرة ، فتم تغطيه الأخبار فيها عن عمليات اغتصاب الرجال في السجون العراقية وعمليات التعذيب والضرب على أيدي السجانين، علاوة على عمليات السجن بحق النساء والأطفال ،وتعرضهم

لأبشع أنواع التعذيب والظلم والقهر ، فهنا إظهار الصورة من جانب واحد فقط يرسل إشارات خاطئة إلى عموم الشعب وبالتالي قد يجر الشباب المتحمس إلى المزيد من الأفكار المتطرفة والغير قانونيه مثل العنف وغيره.

ويدخل في هذا المجال أيضا عدم التأثير على العدالة وسيرها مثل التعليق على القضايا المعروضة على القضاء والتدخل في الحكم وأفراد القضية واستغلالهم خاصة في القضايا الأحوال الشخصية، وعدم تجميل الجريمة وتحسين صوره المجرم ووصفه بالبطل وعرض تفاصيل جريمته مهما كانت آثارها السيئة، وتجنب عرض صور مرتكبي الجرائم حتى تحفظ لهم حقهم في عيش حياتهم المستقبلية.

7. أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للإعلاميين: وتقوم على أن يتمتع الإعلامي بدرجة عاليه من النزاهة بحيث يضع في فكره فكرة الإعلامي الصالح الذي يسعى إلى التفوق في مهنته ملتزما بقوانينها لا ساعيا وراء مصلحه شخصية أو ذاتية ، وان لا يقبل أي رشاوى مغرية مقابل انجاز مصلحة للغير، أن لا يجمع بين عمله وجلب الإعلانات

بالرغم اختلاف الطريقة التي يتم وضع مواثيق الأخلاقيات بها، إلا أنها جميعا تسعى لأهدافهم محددة تتمثل في:

- حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للاتصال أو ضد الأغراض الاجتماعية لها أو استخدامه للدعاية.

- حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤوليتها أو احتمالية تعرضهم لإذلال أو لأي ضغط .
- المحافظة على قنوات الاتصال المفتوحة، بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول في كل وقت على كل المعلومات عدا الظروف المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك بما يجعل في استطاعت الشعوب ان تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة وبحيث يكون في إمكانهم التعبير عن آرائهم المؤيدة أو المعارضة ، باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية

- الإعلامي الناجح والموضوعي لا يحتاج دائما للقوانين ورقابة الحكومة لتنظيم مهنته فهناك أيضا الدوافع والرقابة الذاتية وأخلاقيات المهنة كضوابط للعمل الإعلامي، فأهمية أخلاقيات المهنة ترجع لكونها تعد بمثابة وجيهات داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها أثناء عمله المهني.
- أخلاقيات المهنة هي مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لما هو صحيح وموضوعي في العمل الإعلامي، وهي تعتمد على مجموعة منتقاة من البادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية او الجماعة المهنية. (د.الصالح-1422هـ-2002م-ص78)

- أخلاقيات المهنة الإعلامية تفرض أن الرقابة يجب أن تكون ذاتية والرادع أيضا ذاتي فالإعلامي أو الصحفي ذو الضمير الذي يحرص على انتقاء معلوماته وأخباره من مصادر موثوقة عالية المصداقية بحيث يكسب فيها ثقة الجمهور ، فشعور الإعلامي بالمسؤولية لا يمكن أن يفرض لحكم القانون ، بل تأتي من رقابته الذاتية لنفسه والتزامه بمعايير المهنة الرفيعة،فكلما كان الإعلامي متفانيا في مهنته محبا لها ملتزما بقوانينها حصل على احترام وثقة الآخرين سواء داخل المنشأة (الزملاء والمسؤولين) أو خارجها(الجمهور والمتلقين له ولأعماله).
- الإعلامي يكون مسؤولا تجاه العديد من الجهات فهو مسؤول بالدرجة الأولى أمام نفسه ومن ثم الجمهور والمعلنين والملاك للوسيلة الإعلامية وزملائه وأخيرا أمام المجتمع.

مواثيق الاخلاق

وهي نوعان:

- مواثيق إجبارية أو إلزامية: وفي هذه الحالة تحمل المواثيق بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير للسلوك المهني أو ينتهكونها ويدخل في هذا الاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف عن مزاولة المهنة.
- مواثيق اختيارية: أي قوم على أساس رغبة واردة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم.

للمواثيق الأخلاقيات أشكال متعددة:

- مواثيق خاصة بوسائل الاتصال جمعيها وهي الصحافة والكتب والسينما والمسرح والإذاعة الاليكترونية والاتصال بالحاسب الاليكتروني.
- مواثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي(التعليمي، الإعلام، التسلية، والإعلان المباشر و الممول).
- مواثيق تتناول وسيلة وأداة كالصحافة أو الراديو والتلفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الاليكتروني.
- مواثيق تتناول جانبا او أكثر من جوانب صناعة الاتصال كأن تغطي في الصحيفة مثلا التحرير(الأخبار والأحداث الجارية) والإعلان والتوزيع والترويج.

الإعلام العراقي.. وسلطتها السياسية والاجتماعية

هناك بعض الآراء صرحت .. إن أول من أطلق صفة السلطة الرابعة على الصحافة هو الانجليزي أدموند بورك " المتوفى عام 1797.. عندما اتجه إلى مقاعد الصحفيين في مجلس العموم البريطاني .. وهو يقول أنتم السلطة الرابعة.. أو قال .. توجد سلطات .. ولكن عندما ينظر الإنسان .. إلى مقاعد الصحفيين ..يجد السلطة الرابعة .. بما لها من أهمية اقتصادية واجتماعية وسياسية جعلتها جزاء من الحياة الديمقراطية. وثمة رأي آخر .. إن تسمية الصحافة بالسلطة الرابعة .. ترجع إلى المؤرخ " توماس ماكولاي" المتوفى 1859 ..إذ قال إن المقصورة التي يجلس فيها الصحفيون .. أصبحت السلطة الرابعة في المملكة .

وقد تضارب الآراء ..وخاصة بين رجال القانون ..حول مفهوم السلطة الرابعة .. ومدلولها.. فسلطة الإعلام لاتعني التشريع والتنفيذ والقضاء كالسلطات المعروفة لأية دولة ولا أعمال سلطة الإعلام تشبه عمل سلطات الثلاث ..فهي مهنيا تعمل حسب وظائفها المعروفة وهي على الشكل التالي:-

- الوظيفية الإخبارية.
- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.
- زيادة الثقافة والمعلومات .
- تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي.
- لترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.
- الإعلان والدعاية.

فإذن وظائف الإعلام تختلف كليا عن التشريع والتنفيذ والقضاء.. بحسب وظائف الإعلام المعروفة توفير المعلومة حيث يستفاد كل المجتمع منها بما فيها الحكومة والدولة التي هما بالأساس مؤسسات المجتمع الديمقراطي .. واحد وسائله المعروفة الصحافة من وظيفتها مراقبة العراقيل والروتين والقرارات السياسية والقانونية لصالح المجتمع بأكمله بأفراده ومؤسساته .. وفي الدول المتقدمة والمجتمعات المدنية تسلم السلطات بيد المنتخبين من قبل المجتمع على أساس اتفاق دستوري لفترة معينة ويعتبر الدستور هو العقد الموقع بين ممثلي الحكومة والمجتمع.. والمجتمع الواعي هو الذي يوفر الحرية لمؤسساته .. لان المجتمع على مقدرته تشكيل الرأي العام (عرّف [دوب] الرأي العام بأنه مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم) ولا ندخل في تعاريف أخرى إذن الرأي العام هو محرك القرارات السياسية طبعا في المجتمعات المدنية كما ذكرنا فيقبل بالقرارات الصائبة ويرفض القرارات الخاطئة .. بتشكل رأي عام يضغط على كافة مؤسساته، لتغير القرارات والأحداث الخاطئة.

أما في مجتمعنا مع الأسف الشديد الرأي العام منقسم بسبب الأعراق والطوائف الأعزاء.. نادرا ما نجد توحد في الرأي حتى إذا كان الرأي هذا متعلق باستيراتجية المجتمع وشكل الدولة والسياسة الخارجية والخدمات العامة.. هنا دور الإعلام هي تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي و التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات حيث هو المفصل لنشر الوعي والتثقيف أفراد المجتمع بموضوعية وشفافية وبحيادة تامة لصالح العام .. وبهذا الدور يعتبر الإعلام محرك أساسي وديناميكي للرأي العام .. ومن هنا تلعب الإعلام سلطة سياسية واجتماعية في نفس الوقت.

على الإعلام ضغ المعلومات وتحذير المجتمع من مخاطر الخارجية والداخلية على المجتمع ومؤسساته لكي يكتمل سلطته السياسية عليها وضع تدابير وقائية لتلك المخاطر التي تهدد الدولة والمجتمع .. من خلال نشر وإيصال آراء المختصين العلميين والأكاديميين.. لإضعاف وإنهاء تلك المخاطراو تقليلها فمثلا نجد بين حين وآخر تدخلات إقليمية وأجنبية في شؤون البلاد .. ولم نجد قرار سياسي ضدها بشكل مميز .. مجرد تصريحات وليسة قرارات من بعض السياسيين وبشكل منفرد أو كتلة معينة في هذا الاتجاه .. ولم يستطيع إعلامنا يحرك الرأي العام بهذا الاتجاه أيضا ولعله يعتبر هذه الظاهرة من اخطر الظواهر التي يمر به المجتمع والإعلام معا.. ولهذا اعتبر شخصيا إعلامنا مع الأسف الشديد لديه ضعف في الأداء المهني .. والذي أنا أيضا جزء من هذا الضعف كوني إعلامي وأكاديمي في نفس الوقت..

ورغم الكثير من الغر وقات اتجاه الصحفيين والإعلاميين واستشهاد عدد كبير منهم لم يقف الإعلاميين والصحفيين كوحدة واحدة إعلامية ضد هذه الحالة، فالكل يندد ويغضب بشكل انفرادي مما ضعف أكثر الأداء المهني الإعلامي.. وجعل ذات المصالح الخاصة يقيدون حرية الإعلام أكثر فأكثر ، فرغم مرور أكثر من ثماني سنوات على العراق الجديد ليس هناك أي قانون أو ميثاق للعمل الصحفي والإعلامي .. لكي يشكل أسس العمل الإعلامي ولمحاسبة لذاته .. بسبب انقسام إعلامنا كمجتمعنا .. أنا زرت كثير من بلدان العالم والتقيت بصحفيين وإعلاميين وأكاديميين كثيرين من الجنسين ورغم اختلاف أجناسنا وأعراقنا ودياناتنا كانت المهنة الإعلامية تجمعنا معا ونتعاون ضد الصعوبات التي تواجهنا رغم لكل صحفي حلم الأسبقية أكثر من غيره..

أما نحن ابن البد الواحد ماذا نفعل أو فعلنا من اجل همومنا المشتركة كإعلاميين وصحفيين وأكاديميين؟!..

وكيف لا يضعف إعلامنا وأداءنا وحريتنا .. ولانكن طعم للذين لا يريدون التطور والتقدم لنا ..

أين سلطتنا الإعلامية..هل قام بتغير وضع مجتمعنا الى الاحسن منذ العراق الجديد وليومنا هذا ؟!..

هل أصبح مرافق الدولة والحكومة متاحة لنا للحصول على كل المعلومات ؟!..

هل الوضع الأمني تحسن لنا ولمجتمعنا ؟!..

هل أداءنا نشر الوعي والثقافة المطلوبة ؟!..

أو هل خططنا كوحدة واحدة لأجل القضاء على الفساد الإداري والمحسوبية ؟!..

هل قربنا طوائفنا المختلفة لأجل الصالح العام ؟!..

هل.. وهل وألف هل ؟!..

أنا شاهدت في نيجيريا حيث دامت الحروب بين المسلمين والمسيحيين .. وكان للصحفيين والإعلاميين دور كبير جدا .. لإنهاء الحرب والتقارب فيما بينهم رغم ضعف الإمكانيات الإعلامية لديهم..

أما في العراق الجديد وبتنوع وسائل الإعلام المختلفة والإمكانيات المادية والبشرية الهائلة هل ثبتنا أقدامنا على المسار الإعلامي الصحيح ؟!..

فأين سلطة الإعلام العراقي .. ومتى يرجع لإعلامنا سلطته ؟!..

الإعلام العربي وحرّياته المهدور

يؤول المشهد الرقابي على الإعلام في الوطن العربي إلى مرجعيات مختلفة المستويات، فهنالك الدساتير والقوانين الضابطة لحرّية الرأي والتعبير، بالإضافة إلى مجموعة من التعليمات التي تصدر من الجهات الرسمية المعنية بالشان السياسي والإعلامي، معززة بتوافقات وأعراف إجتماعية ضاغطة. ومسندة بحزمة من الإجراءات الإستثنائية في الغالب المرافقة للظروف السياسية في كل بلد عربي وبحسب أجندة مشاكله الداخلية والإقليمية، ولذلك يصعب الإستناد إلى معطى محدد يمكن إختباره ومحاججته لإستبيان معيار واحد يمكن الركون إليه لقياس مدى الحرّية الممنوحة للإعلام في هذا البلد العربي أكثر من غيره، رغم أنّ منظمات دولية معنية بموضوعة حرّية التعبير اهتمت مؤخراً بإصدار إعلانات سنوية لإشهار حدود ممارسات الحرّيات الإعلامية في دول العالم المختلفة، مستخدمة منظومة من المؤشرات التي نستدل من خلالها على مدى تمتع وسائل الإعلام والعاملين فيها بقدر من حرّية الرأي والتعبير، ومع أنّ تلك البيانات ما زالت بحاجة إلى إختبار مقدرتها على إطلاق أحكام متطابقة مع الواقع ونزيهة في المقاصد المضمرة، إلا أنّ ما أعلنته ضمن تقاريرها عن موقع الدول العربية في تلك التقييمات جاء متبايناً على سلّم طويل لم تستطع فيه أي دولة عربية أن تكون في المراتب المتقدمة. بل تكشف تلك الإعلانات سنة بعد أخرى عن تدهور الحرّيات الإعلامية واتساع دائرة الرقابة والفشل في الحصول على معلومات ميدانية دقيقة عن وضع الإعلام العربي لأسباب مختلفة.

ورغم أنّ الوطن العربي قد استند في مفهومه لحرّية الإتصال والتعبير إلى تراث الأدبيات الغربية في هذا الإطار والتي كانت تركّز على توسيع مفهوم حق الإتّصال وجعله مرتبطاً ومعبراً عن مبادئ حقوق الإنسان الأخرى بشكل عام، وفي ذلك الإطار تدخل أيضاً قضيا ذات علاقة بحرّية الإتّصال، منها الحق في التعلم والحق في الحصول على المعلومة والانتفاع بها، إلاّ أنّ قوانين الرقابة على النشر والطباعة قد استندت بشكل مباشر إلى القوانين العثمانية في شرق الوطن العربي ومصر أو الفرنسية في المغرب العربي، وما زالت المضامين الأساسية التي جاء بها القانون العثماني توجد بشكل أو بآخر في تفاصيل قوانين المطبوعات العربية، مع التوسع الذي فرضته التطوّرات التقنية في ميدان الإتّصال بولادة الإذاعة ثمّ التلفزيون وأخيراً الإنترنيت، ومع ذلك فإنّ تلك القوانين مازالت تمثل في جانب منها متطلبات حق السلطة في السيطرة والهيمنة، في الوقت الذي تتغافل فيه عن حقيقة أنّ الحق في الإتّصال هو جزء أساسي من الحق في الديمقراطية والمشاركة في الحكم.

ولذلك فإننا نرى أنّ على الحراك الشعبي المطالبة بتوسيع قاعدة الممارسة الديمقراطية في الحياة السياسية تتواصل مع المطالبات الدائمة الحضور للحد من الإستخدام المتعسف للسلطة في تقرير مديات حرّيات الرأي والتعبير. بل إنّ العلاقة القائمة اليوم بين التوسع في تحقيق المشاركة الشعبية في الحكم تعتمد بشكل أساسي على مقدمات حرّية الرأي والتعبير، ومن دون ذلك تكون صور المشاركة نماذج شكلية وفوقية وتتميّز بالرغبة في تزييف حق المواطن ومصادرته من قبل الدولة التي سرعان ما تنكشف وتتكرر حالة التعارض والصدام بين الدولة والأحزاب والمنظمات المهنية التي تخصصت بموضوعة حقوق الإنسان وحرّية الرأي والتعبير أو الحرّيات الإعلامية بشكل عام.

ورغم كلّ ما شهده الوطن العبي في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي من إصلاحات وتعديلات لنصوص قوانين الطباعة والنشر، وما يتصل بها، إلاّ أنّ أسلوب وطبيعة فهم محتوى تلك القوانين وإجراءاتها التطبيقية، كان يخضع في الغالب لإعتبارات سياسية، أو في ظروف حالات الطوارئ التي استمر إعلانها في بعض الدول العربية لأكثر من ربع قرن، ولذلك فقدت تلك الإصلاحات والتعديلات الغاية الأساسية منها، بل إنّ بعضها قد تحول إلى قيود جديدة تُفرض على حرّية الإعلام..

وفي مواجهة الانهيارات في جدار حرّية الإعلام في الوطن العربي، أعلن الإتحاد العام للصحافيين العرب، باعتباره الإطار المهني القومي للعاملين في هذا القطاع، عن جملة من القرارات والإجراءات، ودعا إلى ضرورة إلتزام الدول العربية بالمواثيق والقرارات الدولية المعنية بالحرّيات الصحافية، وطالب في وثيقة رسمية جامعة الدول العربية لحث الأقطار العربية على التصديق والإلتزام بتنفيذ كل ما يتعلق بحماية حرّية الأداء والتعبير، وحماية الإعلاميين، وإعادة النظر بالقوانين النافذة المتعلقة بإجراءات إصدار المطبوعات أو جرائم النشر، وقضايا حرّية الرأي والتعبير.

وتمثل قضية السيطرة الحكومية على الأداء الإعلامي في الوطن العربي معضلة مزدوجة، إذ في الوقت الذي تحفل نصوص الدساتير في الدول العربية بأروع الصياغات اللفظية التي تعكس وعياً وإلتزاماً رسمياً بمبادئ حقوق الإنسان وفي إطارها حرّية الرأي والتعبير، إلا أنّ قوانين العقوبات على قضايا النشر، وإجراءات الرقابة والمنع تعكس واقعاً آخر، ويستخدم الدستور في الغالب عند الحاجة ولتأكيد قوة السلطة في (حماية المجتمع) من الإستخدام السلبي

للحق في النشر والتعبير، في الوقت الذي يتم إغفال التعسف الذي يستخدم ضد الصحافيين والذي قد يصل إلى حد القتل أو الحبس، أو منع نشر المطبوعات ومصادرتها.

بالرغم مما تثيره حرية الصحافة من جدل حول مفهومها وأبعادها وحدودها وشروطها إلا أن هناك مجموعة من البديهيات التي لا تحتمل الجدل أو التأويل وهي :

1. ليست هناك حرية صحافة مطلقة فالحرية نسبية وتحكمها ضوابط دينية وأخلاقية واجتماعية وتتحدد درجاتها بمقدار التسامح القوى المهيمنة على شؤون الصحافة .
2. حرية الصحافة ليست حقاً فردياً أو امتياز للصحفيين بل هي حق لكافة المواطنين وجزء لا يتجزأ من الحريات العامة وحقوق الإنسان .
3. حرية الصحافة ليست منحة من أحد وإنما حق تم انتـزاعه عبر تاريخ طويل من النضال من أجل التحرر والاستقلال والإصلاح الاجتماعي والسياسي.
4. إن العبرة ليست بالقواعد الدستورية والنصوص القانونية المنظمة لحقوق الصحافة وإنما العبرة باحترامها وتطبيقها وإلا أصبحت حبراً على ورق.

إن حرية الصحافة ليست غاية في حد ذاتها بل وسيلة لمراقبة السلطة وإصلاح المجتمع وخدمة الإنسان وتطويره وفي هذا الإطار يمكننا أن نختزل قضية حرية الصحافة في ثلاثة أسئلة هي:

التحرر من ماذا ؟ والحرية لمن ؟ولأي هدف ؟

مفهوم الحرية

الحرية لغة هي حالة الكائن الحي الذي لا يخضع لقهر أو غلبة ، أي يتصرف طبقاً لإرادته وطبيعته وبالمعنى البيولوجي هي فقدان الإرغام والقهر .

وبالمعنى النفسي هي القدرة على الاختيار .

وبينما يقول أفلاطون إننا لا نعني الحرية حين تقع تحت وطأة الرغبات يرى كانت أن الحرية هي قانون العقل ويشير فيختة إلى أن الحرية هي استقلالية الذات وتحقيق لسعادة الإنسان ويؤكد ديكارت أن حرية

اللامبالاة هي أدنى أنواع الحرية ومن ثم فإن الحرية هي وجود إنساني وفعل إنساني ولا حرية إلاّ بالنضال أي بتحقيق الذات وانتزاع الحرية من براثن الأفكار والسذاجة والجهالة وأياً كان الأمر فإن ثنائية الحرية والسلطة أو الحرية والاستبداد وما ترتب عليها من صراع سياسي واجتماعي قد أسهمت في تحويل مفهوم الحرية من مجرد فكرة تجريدية إلى حق من حقوق الإنسان تكفله المواثيق الدولية والدساتير وترعاه التنظيمات السياسية والشعبية المعنية بالحريات وحقوق الإنسان .

ومن ثنائية الحرية والسلطة إلى ثنائية الحرية والقانون حيث تبرز أهمية اللقاء بين القاعدة القانونية وبين حرية الفرد فالقانون لا يتوجه إلى مجتمع يسعى إلى تنظيمه تنظيماً مجرداً وإنما يتوجه إلى مجتمع مكون من أفراد ويبحث عن وسيلة لتحقيق الانسجام بينهما وهكذا تتضح أهمية التوازن بين الحريات والمقومات الأساسية للمجتمع فلا نجور على الحرية باسم المصلحة العامة أو

الحريات الشخصية ولا تجور الحرية على القيم الدينية والأخلاقية وتتحول إلى أداة إفساد وتدمير وانحلال.

حرية الرأي : للحريات تقسيمات مختلفة لعل أبسطها هو تقسيمها إلى حريات شخصية وحريات عامة فمثال الحريات الشخصية حرية السكن – حرية العقيدة – حرية الإقامة والتنقل ومثال الحريات العامة حرية الرأي – حرية لبحث العلمي – حرية الصحافة – حرية الاجتماع والذي يعنينا هنا حرية الرأي التي تعتبر حرية الصحافة إحدى صورها وعليه فإننا سننطلق من الكل إلى الجزء ونعرض للتطور التاريخي لمفهوم حرية الرأي كمقدمة

حرية الصحافة : تعني عدم وجود إشراف حكومي أو رقابة من أي نوع كما تشمل حق الناس في إصدار الصحف دون قيد . وحرية الصحافة وفق المفهوم الليبرالي هي نقل الأفكار والآراء والمعلومات بدون قيود حكومية بهدف تشجيع نقل الأفكار التي تتيح سهولة ودقة اتخاذ القرارات المناسبة حول الشؤون العامة وصالح المجتمعات .

وتخدم حرية الصحافة وفق مفهوم المجتمع الحر المفتوح خمس قيم ومصالح :

1. حق الفرد في الانضمام إلى المعترك السياسي .
2. السعي إلى معرفة الحقيقة السياسية .
3. تسهيل الوصول إلى حكم الأغلبية .
4. كبح جماح الطغيان والفساد والعجز في الأداء .
5. لاستقرار.

والحرية المطلقة لا وجود لها إذ أنها سواء في الدول المتقدمة أو المتخلفة مهددة بأخطار تختلف في نوعيتها ما بين ضغوط رجال المال أو السياسة أو الحكومة فكل الحكومات في جميع البلاد تخضع لغريزة اجتماعية هي الرقابة وليس من السهل تحقيق الثقافة المفتوحة والحكومة في المجتمعات الحرة المفتوحة تفرض عقوبة على الكلام الذي يعتبر ضاراً بالأمن القومي أو النظام الاجتماعي أو الآداب العامة .

أما المفهوم الاشتراكي لحرية الصحافة فقد حدده لينين في تمكين جميع المواطنين من التعبير عن آرائهم بحرية من خلال وضع المطابع تحت تصرف العمال ومنظماتهم ولكن الواقع كشف زيف هذه الحرية التي فرضت على الحرية الالتزام بالرأي الواحد للحزب الشيوعي .

حرية الصحافة في إطار المواثيق الدولية :

أكدت م 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (10 كانون الأول 1948) على حق كل شخص في حرية الرأي والتعبير وإصدار الصحف وحرية استقاء الأنباء والأفكار وإذاعتها بأي وسيلة وبغض النظر عن الحدود .

كما أكدت المادة 19 من الاتفاقية الدولية للحقوق المدنية والسياسية 1966 في الفقرة الأولى والثانية على الحق في اعتناق الآراء والحق في التعبير والمعلومات ، كذلك الأمر بالنسبة للعديد من المواثيق الدولية والإقليمية منها الوثيقة الدولية للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والاتفاقية الأوربية لحقوق الإنسان والميثاق الأفريقي لحقوق الإنسان وإعلان اليونسكو للإعلام 1978 والمبادئ الخاصة بالنظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال 1980

وتختلف الدول في شكل التزامها بالقانون الدولي لحقوق الإنسان فهناك دول تأخذ بمبدأ أحادية القانون ومن ثم تعتبر الاتفاقيات الدولية جزءاً من قانونها الوطني وهناك دول تأخذ بمبدأ القانون العام وتنظر للقانون الدولي على أنه مصدر عرض لقانونها المحلي

أما الفئة الثالثة فتعتبر القانون الدولي مرجعاً لتفسير القانون الوطني .

وحيث أن القانون السوري يسير على هدى نظرية أحادية القانون فإن النصوص ذات الصلة وخاصة نص م 19 عن الإعلان الأولي لحقوق الإنسان يعد جزءاً لا يتجزأ من قانوننا الوطني وله سمو في التطبيق أمام المحاكم الوطنية .

وعلى الرغم من جهود المنظمات الدولية في تطوير مفهوم مشترك لحرية الإعلام يضع في الاعتبار الاختلافات الفكرية والمصالح السياسية والاقتصادية المتباينة سيما جهود اليونسكو لصياغة وإقرار نظام إعلامي دولي جديد فإنها لم تعد تواكب تحديات الثورة الاتصالية المعاصرة ومعارضة الدول الكبرى وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية التي تتعمد إفشال كافة المفاوضات الجارية بهذا الشأن .

وفي إطار ما يشهده المجتمع الدولي من معايير مزدوجة داخل منظمة الأمم المتحدة وانتهاك سافر للقرارات الدولية بمباركة أمريكية فإنه لا ينبغي أن نعول كثيراً على الضمانات القانونية الدولية لحرية الصحافة.

حرية الصحافة في الدساتير :

حرصت كل الدساتير في الدول الديمقراطية والديكتاتورية على تأكيد ضمانات دستورية لحرية الصحافة ، إلا أن هذه الضمانات غالباً ما تناقضت مع

النصوص القانونية والممارسات الإعلامية لحرية الرأي والتعبير من ثم صدقت المقولة أن الدستور لا يصنع الحرية وإنما الحرية هي التي تصنع الدستور .

ولعل النصوص الدستورية الأولى تمثلت في دستور ولاية فرجينيا الأمريكية سنة 1776 الذي نص على أن حرية الصحافة هي إحدى الأعمدة الأساسية للحرية ولا يمكن تقييدها إلا من جانب الحكومات الاستبدادية .

ثم التعديل الأول للدستور الاتحادي الأمريكي سنة 1787 الذي قيد سلطة الكونجرس في وضع تشريع يقيد حرية الصحافة . وباستثناء دستوري عامي 1814 و 1851 اللذان يمثلان ارتداداً عن مبدأ حرية الرأي في فرنسا أكدت الدساتير الفرنسية الصادرة 1791 – 1830 – 1848 – 1875 على أن حرية كل إنسان مكفولة في التعبير عن أفكاره بالكلام والطباعة والنشر .

أما دستور سنة 1958 فلم يعد ينص على حرية الصحافة واكتفى بنصوص قانون 1881 الذي سمي قانون الانعتاق والحرية .

وأجمعت الدساتير العربية على أن حرية الصحافة مكفولة في حدود القانون (الدستور الأردني 1952 – الدستور الكويتي 1962 – الدستور اللبناني 1947 – الدستور الصومالي 1960 – الدستور المصري 1970) .

أما الدستور السوري الصادر في 12/ 3/ 1973 فلقد نصت المادة 32 منه على أن (لكل مواطن الحق في أن يعرب عن رأيه بحرية وعلنية بالقول والكتابة وكافة وسائل التعبير الأخرى وأن يسهم في الرقابة والنقد البناء بما يضمن سلامة البناء الوطني والقومي ويدعم النظام الاشتراكي وتكفل الدولة الصحافة والطباعة والنشر وفقاً للقانون.

وكانت المادة الثالثة من الدستور قد نصت على ما يلي : إن حزب البعث العربي الاشتراكي هو الحزب القائد في المجتمع والدولة ويقود جبهة وطنية تقدمية تعمل على توحيد طاقات جماهير الشعب ووضعها في خدمة أهداف الأمة العربية .

تاريخ حرية الصحافة :

إن تاريخ حرية الصحافة هو تاريخ الصراع بين الصحف الحرة والسلطات التي سعت إلى قمع الحريات حماية لمصالحها وتكريساً لنفوذها ولن يتسع المجال هنا لسرد ما واجهته الصحافة من عسف واستبداد وما حققته من مكاسب وانتصارات سواء في الدول الديمقراطية التي بلغت شأناً كبيراً في هذا المجال أو في الدول المتخلفة التي لا تزال صحافتها تخوض صراعاً مريراً من أجل انتزاع حق حرية التعبير ولكن سنكتفي هنا بالتوقف سريعاً عند محطات مختلفة في تاريخ الصحافة في فرنسا وبريطانيا ومصر وبشيء من التفصيل في سوريا .

لقد تعرضت حرية الصحافة في أوربا لضروب من العسف وخلال أكثر من قرن ظلت الصحافة تحت رحمة الكنيسة حتى أن نشر أي مطبوع بغير ترخيص كان يعاقب عليه بالموت وقد تحدث عن ذلك المفكر الفرنسي فولتير بقوله : إنك لا يمكن أن تفكر إلا برضاء الملك

وظل هذا الوضع قائماً حتى قيام الثورة الفرنسية حيث زاد عدد الصحف والمطبوعات الدورية من 41 عام 1779 إلى حوالي 1400 عام 1789 ولم يقلص هذا العدد إلا في موجة جديدة من القيود الحكومية تحت حكم نابليون الأول الذي قال عام 1800: (لو أني تركت الصحافة تفعل ما تريده لخرجت من الحكم في غضون ثلاثة أشهر)

وفي بريطانيا استمر العمل بسياسة تيودور الخاصة بالسيطرة الصارمة طوال القرن السادس عشر وذلك على هيئة امتيازات ملكية وأنظمة للترخيص وأصبحت رسمية عام 1589

ولم يتقرر للصحافة حريتها إلا بعد صدور قانون لورد كامبل عام 1843 الذي جعل إثبات صحة الواقعة دفاعاً مقبولاً في حرية القذف

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد وضع القضاء الأمريكي أول حجر في بناء حرية الصحافة عام 1734 بالحكم ببراءة صحفي يدعى جون بيتر زنجر من تهمة القذف الثوري في حق حاكم نيويورك الأمر الذي عُد نصراً كبيراً لحرية الصحافة في ذلك الوقت

ورغم اتساع نطاق حرية الصحافة في الدول الغربية المتقدمة إلا أن التشوه أصاب حق الإنسان في التعبير فتحول إلى مجرد الحق في استهلاك المعلومات المتاحة ، وكرد فعل ظهرت الصحافة الطليعية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الستينات وارتفعت أصوات المعارضين على السياسات من خلال معالجة صحفهم للمشاكل المحلية الدقيقة والقضايا السياسية القومية التي تتجاهلها وسائل الإعلام التقليدية، وهذه الصحف دليل على وجود جماعات مستمرة في البحث عن طرق جديدة لتمارس حقها في التعبير

نخلص من هذا إلى أن حرية الصحافة في المجتمعات الغربية مرت بفترات انتكاس وفترات انتعاش وبقدر ما مثلت تهديداً لنظم الحكم القائمة بقدر ما عانت من العسف والقيود إلا أن الحق في حرية التعبير لم يستند فقط إلى ضمانات دستورية وقانونية ولكنه استند في الأساس إلى القيم الديمقراطية وآليات المجتمع الديمقراطي .

وبالعودة إلى تاريخ حرية الصحافة في مصر نجده جزء من تاريخ الحركة الوطنية تدلنا على ذلك مقالات الكتاب الذين نذروا حياتهم وأقلامهم لحرية الصحافة بوصفها جزءاً لا يتجزأ من حرية الوطن.

وقد شهدت مصر أول مظاهرة شعبية يوم الجمعة 26/آذار/1909 للاحتجاج على إعادة قانون المطبوعات .

وكما قضى قانون المطبوعات لعام 1881 على صحافة الثورة العرابية قضى قانون 1909 على صحافة الحزب الوطني بزعامة محمد فريد .

ولم يتوقف الصراع من اجل حرية الصحافة على مدى ما يزيد عن قرن حيث تجددت الأزمات مع تزايد إحساس أنظمة الحكم المختلفة بالخطر من ممارسة الصحافة المصرية لدورها الوطني بحرية ومن ثم توالت التشريعات المقيدة للحرية والمغلظة للعقوبات في عهد حكومات أحمد زيور 1925 واسماعيل صدقي 1939 ومحمد محمود 1931

وعندما تقدم أحد النواب عام 1951 بمشروع قانون استهدف تقييد نشر أخبار القصر الملكي نشطت الأقلام الوطنية والأصوات الحرة داخل البرلمان لإسقاط هذا المشروع ، ورغم ما شهدته الصحافة المصرية خلال الخمسينات والستينات من رقابة وسيطرة حكومية واعتقالات كان الرئيس عبد الناصر حريصاً في كل مناسبة أن يؤكد على حرية الصحافة .

أبعاد حرية الصحافة :

رأينا فيما سبق أن حرية الصحافة لا تتحقق فقط بالقواعد الدستورية والمواثيق الدولية والضمانات القانونية وإنما يتعين توافر عناصر أو أبعاداً سياسية تعيننا على قياس درجة الحرية التي تتمتع بها حرية الصحافة .

ورغم ما يثار من اختلاف حول مفهوم حرية الصحافة ومقاييسها وفق اختلاف النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية فإن الحق في حرية الاتصال والحق في حرية التعبير يمثلان المعيار الأساسي لتحقيق ديمقراطية الاتصال وتحديد عناصرها وأبعادها ولقد أسفرت مؤتمرات اليونسكو والجهود الفردية لبعض علماء الاتصال في تحديد أبرز مقومات الحق في الاتصال على النحو التالي:

1- الحق في المشاركة 2- الحق في تلقي المعلومات 3- الحق في الإعلام 4- الحق في الانتفاع بموارد الاتصال .

وتتمثل مستويات الحق في الاتصال في ثلاث مستويات هي :

المستوى الأول : حقوق الأفراد وتشمل الحق في المعرفة والتعبير والحرمة الشخصية .

المستوى الثاني : حقوق وسائل الاتصال وتشمل الوصول إلى مصادر المعلومات وحرية الرأي والتعبير والحق في النشر والمحافظة على سر المهنة وحرية الحركة والنقل .

المستوى الثالث : حقوق الأمم في الاتصال وتشمل الحق في نشر المعلومات والتداول الحر والمتوازن للمعلومات وصون الذاتية الثقافية والتبادل الثقافي والحق في استيفاء المعلومات وحرية الرأي والتعبير وحق التصحيح وحق الرد .

وهكذا نلاحظ التداخل بين المستويات الثلاثة الأمر الذي يحتم التوازن بين حقوق الأفراد والإعلاميين والمجتمعات ومن ثم يصبح انتهاك أي حق من هذه الحقوق انتقاصاً من حرية الاتصال وحرية الصحافة .

وطبقاً للتعريف الذي أورده المعهد الدولي للصحافة في زيورخ لحرية الصحافة فإن أبعاد حرية الصحافة على النحو التالي:

- حرية استقاء الأخبار .
- حرية نقل الأخبار .
- حرية إصدار الصحف .
- حرية التعبير عن وجهات النظر .

وإن كانت هذه الأبعاد شاملة بعض الشيء فلا ضير أن نضيف عليها البعدين التاليين وهما :

1. التزام القواعد الدستورية والنصوص القانونية لحرية الصحافة بالمواثيق الدولية والحريات ومراقبة تنفيذها.
2. تجاوب السلطة السياسية مع حرية الصحافة من خلال إصلاح سياستها فلا تصبح حرية الصحافة مجرد تنفيس وفرز للأصوات الرافضة والمعارضة.

هل تخدم وسائل الإعلام، من حيث جوهرها، قضية الديمقراطية؟

هل التطور المتسارع للتكنولوجيا المتقدمة في مجال الإتصال يشجع على نشر وتبادل المعلومات والأفكار بروح سمحة؟ إن الإجابة التقليدية السريعة عن هذين السؤالين هي: نعم، فنهوض النظرية الممارسة الديمقراطية يرتبط تاريخيا باختراع الطباعة، كما أن تنامي معرفة القراءة والكتابة قد أدى إلى نشر الأفكار التي ساهمت في هدم النظام السلطوي الذي تأسس منذ أمد بعيد، وتقويض

شرعيته، فضلا عن نشر الأفكار التي أدت إلى توسيع مجال النقاش العالم، وهو ما أمرا جوهريا للحكومات التمثيلية.

إن نظرة متروية لكيفية عمل وسائل الإعلام في عالم اليوم تطرح أن الإعلام يظل عرضة للتلاعب- إما عن طريق السلطات السياسية التي تحركها الحماسة الإيديولوجية أو المصلحة الذاتية الفجة، أو عن طريق القوى الاقتصادية التي تحد من الموارد الإعلامية تنوعها ومصداقيتها، فوسائل الإعلام إذن ليست بالحتم أداة لصالح الديمقراطية.

ولكن يصعب تقديم تعريف للديمقراطية، فلا يوجد أي نظام سياسي يمكنه ادعاء امتلاك تصور لهذا المصطلح، وحتى إذا ما حدث، فمن غير المؤكد أننا نستطيع أن ندركها حين نراها. فالديمقراطية مطروحة كمثل أعلى، وعادة ما يجري تعريفها بما تتعارض معه بدلا من تعريفها كشكل إجرائي لنوع معين من الحكم، وتختلف، بطبيعة الحال، التنويعات المعاصرة للنموذج الديمقراطي اختلافا جذريا عن طرازها البدئي حيث كان بمقدور الأقلية من المواطنين التجمع للمناقشة، وتصل كلمات الخطباء الأفراد إلى الجميع، ومع ذلك، فهناك مدركات مهمة مشتركة بين كافة الأشكال الديمقراطية تتمثل في: النقاش المفتوح مع السماح للآراء الخلافية، واتخاذ القرارات على أساس التصويت الأمين ومن ثم تصبح قرارات مقبولة.

وعادة ما تعتبر الديمقراطية نتاجا لفكر حركة التنوير الغربية، ولكن هناك العديد من التساؤلات الجوهرية التي تدور حول الإرتباط القائم بين الإعلام والديمقراطية في العالم غير الصناعي.

إن القوة والتطور اللذين شهدتهما نظم الإتصال الجماهيري القومية إنما يعكس حالة التنمية الاقتصادية والتكنولوجية بأكملها، ونجد أن أنماط الإستهلاك الإعلامي والمشاركة السياسية في البلدان الغنية والديمقراطية وذات المستوى التعليمي لشعوبها تختلف بدرجة كبيرة طبقا لمختلف مستويات الدخل والطبقات الإجتماعية. وتعكس هذه الأنماط تكلفة وسائل الإعلام، كل على حده، كسلع استهلاكية تختلف عن بعضها بعض طبقا لمدى تعقد بنية المعلومات التي تقوم بتوزيعها، فضلا عن كمية الوقت والجهد الذي يتطلبه استخدامها.

وحتى في المجتمعات المفتوحة، فإن حواجز الفقر والأمية يمكن أن تؤدي إلى تفتيت خبرات الإعلام القومي، ففي غالبية الدول الفقيرة نجد أن الجماهير، التي تبحث عن موارد الرزق من أجل البقاء، تتعايش مع النخبة، التي يتمتع أعضاؤها بكثير من مزايا الحياة الجيدة في الغرب بما في ذلك سهولة الحصول على المعلومات. فالهند والبرازيل، على سبيل المثال، يتبعان العديد من الممارسات الديمقراطية مثل الإنتخابات الحرة وحرية التعبير.

كما تتسم مؤسساتهما الإعلامية بدرجة عالية من التطور، ومع ذلك فنفاذها إلى مختلف قطاعات السكان يفتقد التوازن إلى حد كبير. ولذا، فإن أية إجابة عن التساؤل المطروح في شأن ما إذا كانت وسائل الإعلام تخدم الديمقراطية، ينبغي تحديدها: عن أي علام نتحدث، وبين أي قطاعات من الجمهور؟

واليوم، لا يوجد أي نظام إعلامي قومي مغلق بإحكام، فإذا كانت الأطباق الفضائية التي تعمل عبر الأقمار الصناعية تتعرض للخطر، والمقالات المنشورة في المجالات الإخبارية المستوردة تتعرض بشكل انتقائي للإختصار أو

لحجب أجزاء منها، والصور تتعرض للحذف، والأفلام الأجنبية تتعرض للمنع أو لحذف أجزاء منها، والخدمات السلكية واللاسلكية تتعرض للرقابة، فإن الكلمات، مع ذلك، تجد طريقها بشكل أو آخر، ولكن لا يحدث ذلك بصورة كلية. فعلى سبيل المثال، قامت الصين بمنع نشر أية أخبر عن هبوط رجال الفضاء الأمريكيين على سطح القمر، وقد سألت أخيرا أحد القادة الصحفيين الصينيين حول هذه الأخبار، وكيف ومتى تسربت في نهاية المطاف، وقد أجاب قائلا: "أوه! هل هبط الأمريكيون على سطح القمر؟ أعتقد أنهم كانوا الروس!".

الإعلام والسوق

هل النظام الإعلامي الواقع تحت سيطرة السوق يتسم بأهمية جوهرية لخدمة العملية الديمقراطية؟ إن الخيارات الإعلامية تتطلب ركيزة اقتصادية، ولا يمكن للسوق الإعلامية أن توجد إلا في ظل اقتصاد مزدهر.

ويصعب، في واقع الأمر، تصور إمكانية أن يجيز اقتصاد دولة، خاضع لسيطرة صارمة، ذلك النوع من التحديات السياسية التي تمثلها الصحافة المستقلة، على أية حال، فنحن لسنا بحاجة القول إن وضع الاقتصاد الذي لا يرتكز إلى السوق ليس هو ذلك الوضع الذي تحتشد فيه ألوف غفيرة تتطابق ملابسها وتلوح بكتب حمراء صغيرة. لقد استطاعت السويد وإسرائيل، وهما أمتان تشتمل اقتصاداتهما على عنصر اشتراكي قوي التعايش مع الصحافة الحرة. إن مثال إذاعة "بي. بي. سي" يمكن تقديمه دائما إلى الآخرين لتوضيح أن الصحافة المهنية، في ظل أطر عمل صحيحة، يمكنها المحافظة على استقلالها الذاتي في داخل ما يظل، بشكل أساسي، مؤسسة حكومية.

وإذا كان بمقدور قوى السوق توسيع أو تقليص الإمكانات الديمقراطية للإعلام، فالشيء نفسه يصدق بالنسبة للمعايير والممارسات المهنية للصحفيين. فبالتأكيد لا يمكن إلقاء اللوم على الإعلام إذا ما حدث انخفاض في معدلات التصويت بالولايات المتحدة، أو إذا ما أصاب الجمهور حالة فقدان جماعي للذاكرة في شأن أسماء المسؤولين البارزين، أو غدا ما أصيبت الذاكرة بحالة مروعة من عدم الوضوح في الجغرافيا، أو إذا ما حدثت حالة من التشوش أو اللامبالاة الكاملة في شأن القضايا العامة التي يثار حولها كثير من الجدل. ومع كل هذا، فقد أخفق الإعلام بوضوح في التعويض عن نواحي القصور التي تشوب شخصيتنا القومية ونظامنا التعليمي.

إن بإمكان وسائل الإعلام أن تدعم الديمقراطية من خلال المعلومات والأفكار فقط، ولكننا نجد أن الجزء الأساسي لمضمون ما تقدمه وسائل الإعلام- وخاصة الإعلام السمعي البصري- مكرسا للتسلية والترفيه. وهو ما لا يمكن تصنيفه باعتباره غير سياسي، إنه ضد سياسي، ذلك أنه يحرف انتباه الجمهور ووقته بعيدا عن شؤون العالم الواقعي، والتي تموج حتما بالدلالات السياسية.

وبينما الصور المرئية يمكن أن تنقل خبرات التقمص الشعوري وتستحضرها بشكل أكثر حيوية عن الكلمات، فإن النص المطبوع لا يمكن تجاوز قدرته الفائقة على إثارة السخط وتحريك الفكر والنقاش، وكلها أمور تتسم بأهمية جوهرية بالنسبة للعملية الديمقراطية إن التقلص المطرد في مجال المنافسة بين الصحف بالولايات المتحدة، وما ينجم عنه جزئيا من تآكل في أعداد قراء

الصحف، لم يكن يعني سوى تقليص الإنفتاح علا صراع الأفكار وعلى وجهات النظر المختلفة حول الأحداث المحلية. وقد أسفر ذلك عن تبعات جدية في شأن اهتمام المواطنين بالحكومة، طالما أن الأخبار المحلية التي يعرضها التلفزيون أو تبثها الإذاعة تنشغل بأنباء الجرائم البسيطة والكوارث التي لا تعد ولا تحصى، وبالكاد ما تتناول القضايا المدنية الفعلية.

نحن لا نعرف، على سبيل المثال، كيف تصور نتائج محاولة حكومة تحاول كسب شعبية مستندة إلى جمهور من الناخبين، من جذب على الدوام لمشاهدة سلسلة من البرامج المنفصلة فارغة المضمون... هذا يعني صرف الإنتباه الشعبي عن مداومة الإهتمام بالقضايا العامة...

إنني أميل لأن أسأل نفسي ما إذا كان، على ضوء التعقد التقني لجميع القضايا العامة الكبرى تقريبا، من الممكن بالفعل أن يشكل جمهور الناخبين رأيا عاما ذا دلالة... ففي غضون ذلك نضبت الرطانة المألوفة في السياسة، ولا يمكنها البدء في خوض المنافسة الحيوية، ذات الإهتمام الإنساني، مع تلك العروض الضخمة لعمليات الاغتيال والحب والموت والمغامرات الظافرة التي تقدمها الدعاية الجدية المعدة لهذا الغرض. ولذلك، فمرة أخرى، تميل إدارة الأمور نحو الإرتكان إلى طبقة حاكمة، طبقة لا تتوارث وبلا ألقاب، ومع ذلك تجري طاعتها واتباعها.

لقد أخذ النظام الإعلامي يتسم، باضطراد، بطابع دولي من زاوية مداه والسيطرة عليه، مع تدفق هائل من الغرب إلى الشرق (أو من الشمال إلى الجنوب، وهو الإستخدام اللغوي المفضل في عصرنا هذا). إن طلبات الجمهور التي لا تنضب من أجل اختيارات أكبر هي التي تغذي هذا الإتجاه، وهو ما أجبر

السلطات المسؤولة عن الإذاعة بالدولة على إتاحة المجال لقنوات جديدة، مع التخلي عن الإحتكارات الإذاعية التابعة للدولة، مما يفسح المجال للملكية الخاصة، ويمكن أن تؤدي هذه المسألة، على نحو ضئيل، إلى تيسير انتشار القيم الديمقراطية، وفي الوقت نفسه تجسد سريعا سمات الصفات القومية الأصلية.

إن مواد الترفيه المستوردة تحمل بين طياتها رسالة سياسية بقدر ما تمثل تعرضا لمختلف القيم وأنماط السلوك ومستويات المعيشة. إن أكثر عناصرها للتمزق تبرز في تصويرها للعلاقات الإنسانية، وخاصة للعلاقات بين الرجال والنساء. وتجد أن مقاومة الأفلام وبرامج التلفزيون الأجنبية، في البلدان غير الصناعية، عادة ما تتخذ شكل الإعتراض الأخلاقي على الجوانب المثيرة للشهوات، ولكن جميع هذه الشكاوي تخفي الشعور بعدم الراحة إزاء القوى الأكثر عمقا وإثارة للقلق التي تحركها هذه العروض.

لقد أدت استطلاعات الرأي، بطبيعة الحال، إلى إثارة حساسية كل فرد في مجال الحياة السياسية تجاه التحولات التي تطرأ على المزاج الشعبي والوعي الجماهيري إزاء القضايا المهمة.

ولكن كان لقياسات الرأي العام تأثير ضار على المرشحين السياسيين الذين يسيرون وفقا لتعاليم بحوث السوق بدلا من اتباعهم للخيارات السياسية التي يضعونها بعين الإعتبار طبقا لما تمليه ضمائرهم. لقد جعلت وسائل الإعلام من قياسات الرأي العام موضوعا للترفيه التافه، فقد تحولت تغطية الحملات الإنتخابية إلى محاولة اقتفاء الآثار لمعرفة من الذي يحتل الموقع المتقدم، مبتعدة عن تقديم تقارير حول نقاط المناقشة الأساسية المطروحة.

أقلية غير تمثيلية من الناخبين الذين اختاروا أنفسهم، يمكن أن تصبح بديلا عن النقاشات والإنعكاسات الفكرية التي يجب أن تسبق، عن حق، إصدار أي قرار تشريعي أو تنفيذي في ظل نظام سياسي ديمقراطي.

شبكة الإنترنت

وفي مجتمع متعطش بلا حدود للبرامج الترفيهية، فإن قياسات الرأي العام تعد عنصرا واحدا فقط من تلك المجموعة المركبة من المؤثرات التي تستحضرها وسائل الإعلام للتأثير في عملية تشكيل السياسات العامة. هل سيميل، مرة أخرى، التوازن القائم بين الترفيه والمعلومات؟ إن الخدمات الإلكترونية للبيانات تفي بوعدها بجعل موارد المعرفة الموسوعية في متناول الجيل الجديد من الأمريكيين الذين يعرفون كيفية استخدام الحاسب الإلكتروني (الكمبيوتر). لقد تنامت شبكة الإنترنت بمعدلات متضاعفة. ويتحدث أنصارها عن بروز نوع جديد من الإحساس بالمجتمع، إذ أخذت تتشكل وتتضاعف مجموعات ذات مصالح ترتبط ببعضها بعض عن طريق الكمبيوتر، وأخذت تتولد بين أفرادها أفكار وروابط شعورية مشتركة.

إنهم يعتقدو أن شبكة الإنترنت، مع إمكانية النفاذ خلالها إلى أي شكل من أشكال المعرفة المتخصصة، تمثل شكلا جديدا من الديمقراطية التي تحقق المساواة بين الناس. وفي مواجهة الرؤية المتفائلة القائلة بإمكانية تحقيق الإرتباط بين البشر عن طريق شبكة المعلومات، هناك سيناريو آخر لأمة تنقسم انقساما حادا بين من يملكون المعلومات ومن لا يملكونها، هذا مع زيادة اتساع الفجوة الإجتماعية من خلال التفاوت في مدى التمكن من التكنولوجيا وتسير النفاذ إلى المعرفة.

الفصل الثالث

الصحافة

التقرير الصحفي

التقرير الصحفي فن يقع ما بين الخبر و التحقيق الصحفي ، و هو يعرض مجموعة من المعلومات حول واقعة أو واقعة حديثة ، فيفصلها و يبيّن خط سيرها و يشرح أحداثها بطريقة ديناميكية و حيوية ..

وهذا العرض لا يقتصر على الوصف الموضوعي و الجامد للأحداث ، إنما يمكن لكاتب التقرير أن يضمن فيه رأيه أو آراء الآخرين و تجاربهم حول القضية محور الحدث .. لذا فكلما كان كاتب التقرير قريباً من هذا الحدث الذي يكتب عنه ، و معايشاً لجوّه ، فسيحظى التقرير بفرصة نجاح أكبر ..

و لا يهتم التقرير – أو كاتب التقرير بالأصح – بالمواضع الجوهرية أو الرئيسية فحسب ؛ في القضية التي يتحدث عنها كما هو الحال مع الخبر الصحفي ، إنما يتوجه بإهتمامه أيضاً إلى وصف المكان و الزمان و الأشخاص و الظروف التي ترتبط بالحدث .

الفروق بين التقرير و الخبر الصحفي :

– في مادة الخبر لا أهمية لرأي المحرر ، بل إن الخبر يفقد موضوعيته أن تأثر بآراء محرره أو إن تطرق هذا الأخير لوجهة نظره في عرضه للخبر .. بينما في التقرير يفضل أن تظهر شخصية المحرر ، حيث بإمكانه أن يستعرض آرائه و قناعاته و إستنتاجاته إلى جانب عرضه للقضية التي يتناولها التقرير ذاتها ..

كذلك بإمكانه أن يقدم الأشخاص و يعرض وجهات نظرهم ، و يمكنه كذلك أن يستعين بالمعلومات ذات الطابع الوثائقي .

– الخبر يركز على نقل الحدث فقط ، في حين أن التقرير يعرض التفاصيل و الملاحظات حول هذا الحدث ، بحيث يستوعب التقرير الجوانب التالية :

- الظروف التي أدت إلى وقوع الحدث .
- الأشخاص الذين لعبوا دوراً في هذا الحدث .
- التفاصيل الصغيرة التي لا يحتملها الخبر .

الفروق بين التقرير و التحقيق الصحفي :

– التحقيق الصحفي يتميز بالتعمق في بحث و دراسة الأبعاد المختلفة للحدث أو القضية ، بينما التقرير يكتفي بتقديم صورة سريعة لهذا الحدث ، و يقوم بالتركيز عادة على جانبٍ منه .. و من هذا نستنتج أن التقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر و أقل من التحقيق ..

– التحقيق يهدف إلى إقناع القارئ بالرأي الذي يطرحه ، بحيث يهدف إلى كسب الرأي العام لصالح القضية التي يطرحها بالتوعية من خطرها مثلاً أو بالموافقة على الحلول التي يعرضها التحقيق .. بينما التقرير ينحصر هدفه في إثارة القارئ للموضوع عبر تقديم المعلومات و التفاصيل الصغيرة ، و في أحيان قليلة قد يكون الهدف من التقرير مجرد تسلية القارئ و إمتاعه بالمعلومات الغريبة.

– التحقيق الصحفي يستحسن أن يكتب بأسلوب بسيط مفهوم و عميق، و لأن هدفه إقناع القارئ فهو يحتاج إلى مساندة تتمثل بالرجوع إلى الدراسات أو الرسوم الإيضاحية أو الأرقام و الإحصائيات .. بينما التقرير لا يصلح له إلا الأسلوب البسيط الواضح ، و الجمل القصيرة المترابطة ، و التي تحوي أكبر كم من المعلومات و الحقائق بأقل قدر ممكن من الكلمات ، و بالتالي هو لا يعتني بالدراسات أو البيانات و الإحصائيات أو الرسوم و المخططات البيانية .

– يحيط التحقيق الصحفي بالموضوع الذي يتحدث عنه من كافة زواياه ؛ الإجتماعية مثلاً و الاقتصادية و السياسية و الدينية و الفكرية .. بينما التقرير يعتمد على زاوية أو زاويتين من هذه الزوايا ، بحيث يركز عليها دون أن يتطرق لباقي الجوانب .

يتفق التقرير الصحفي مع التحقيق الصحفي في خمسة نقاط :

- أنهما يشتملان على فنون صحفية أخرى كالخبر و التعليق و الصور .
- أنهما يكتفيان بالإجابة على السؤال السادس فقط وهو : لماذا ؟
- أنهما يكشفان عن شخصية كاتبهما .
- أنهما ليسا مطالبين بالتعبير عن سياسة الجريدة ، و لا يعني هذا أن يعترضان معها .
- أن يرسمان صوراً واقعية للحياة و المجتمع .

كتابة التقرير الصحفي :

يكتب التقرير الصحفي بطريقة تسمى (الهرم المعتدل) ، أي أن مقدمة التقرير تضم مدخل يمهد لموضوع التقرير بأن يتناول جانب من جوانب الموضوع، و على الكاتب أن يختار هذا المدخل بعناية فائقة ، ثم بعد هذا يبدأ

عرض جسم التقرير و فيه يقدم الكاتب التفاصيل و الشواهد و الصور الحية للموضوع ليصل في النهاية إلى خاتمة التقرير و التي يكشف فيها نتائج ما توصل إليه ، أو أن يقدم أهم نتيجة أو حقيقة وصل إليها عبر تقريره .

شرح طريقة الكتابة :

أولاً : مقدمة التقرير :

و هذه المقدمة لها عدة وظائف أهمها :

- أن تمهد للموضوع .
- أن تهيء القارئ لما سيأتي في التقرير ، و تعطيه صورة مختصرة عن موضوع التقرير .

و يمكن أن تحتوي المقدمة على العناصر التالية :

- واقعة ملموسة .
- موقف معين .
- صورة منطقية .
- زاوية جديدة أو فكرة جديدة لموضوع قديم .

و تتحدد قيمة المقدمة على ضوء العبارات التالية :

- مقدرتها على لفت إنتباه القارئ .
- قدرتها على دفع القارئ لمتابعة التقرير و قراءته حتى النهاية .

ثانياً : جسم التقرير :

من المهم جداً أن يحرص كاتب التقرير على تضمين جسم تقريره جانبين مهمين هما :

• مسار الحدث الذي يتناوله التقرير ، والأحداث المتعاقبة على هذا الحدث منذ نشأته و حتى نهايته ، أو حتى كتابة التقرير .

• الربط بين وقائع الحدث ، و كشف علاقاتها ، و إزالة الغموض الناتج عن تداخلها .

ثالثاً : خاتمة التقرير :

و هي آخر جزء في التقرير ، و أهم جزء في نفس الوقت ، و لابد أن تتضمن :

- تقييم الكاتب لموضوع تقريره .
- عرض النتائج التي توصل إليها خلال إعداده لمادة هذا التقرير .

و من الضروري أن يراعي كاتب التقرير نقطتان هامتان عند كتابة خاتمة لتقريره ، و هما :

- أن يحرص بقدر الإمكان على أن يثير تساؤلات في ذهن القارئ حول موضوع التقرير ، بحيث تدفعه إلى متابعة التفكير في الموضوع و الحرص على الإطلاع على آخر مستجدات الحدث محور التقرير.
- أن تترك الخاتمة صدى في ذهن القارئ ، و ان تدفعه – إن كان موضوع التقرير مناسباً لذلك – إلى بناء أو تكوين رأي عن الحدث الذي أثاره التقرير .

محاذير يجب أن ينتبه لها المحرر عند كتابة التقرير :

- أن يحذر من الوقوع في الخاتمة الخطابية الإنشائية التي لا معنى لها ولا تضيف شيئاً إلى موضوع التقرير .

- أن يحذر من وجود تناقض أو تعارض بين المعلومات التي عرضها في جسم التقرير مع النتائج التي عرضها في خاتمته .

- أنواع التقارير -

التقرير الإخباري – التقرير الحي – تقرير عرض الأشخاص

1 – التقرير الإخباري :

و هو التقرير الذي يهتم بعرض و شرح و تفسير جوانب من الأخبار اليومية الجارية و تغطية الأخبار الجادة (Hard News) مثل أخبار الشؤون العامة و الشؤون الاقتصادية و المشاكل الإجتماعية و الصحة و التعليم ، بل و قد يشمل الرياضة و الحوادث و الجرائم ، و يقوم هذا النوع من التقارير بأداء الوظائف التالية :

- تقديم بيانات أو معلومات أو تفاصيل تختص بخبر معين ، لا يستطيع الخبر الصحفي بصفته ؛ إبرازها أو التطرق لها .
- إبراز جوانب جديدة عن حدث هام .
- تقديم خلفية تاريخية أو وثائقية عن خبر ما .
- تقديم تقييم موضوعي لهذه البيانات عن طريق الأحكام و الإستنتاجات و الآراء التي يتوصل إليها كاتب التقرير .

و لابد للتقرير الأخباري أن يتسم بثلاث سمات بارزة ، و هي :

- الإلتزام بالموضوعية و عدم التحيز أثناء سرد المعلومات أو تقييمه لها .
- يجب أن يهتم التقرير الإخباري بالخلفية التاريخية أو الوثائقية إلى جانب المعلومات و البيانات الحديثة .
- يجب الفصل بين المعلومات و الأخبار و البيانات البحتة ، و بين آراءه و إستنتاجاته ووجهات نظر الشخصيات التي يستشهد بها في التقرير ، بحيث يميز القارئ بين هذه و تلك بسهولة .

2 – التقرير الحي :

هو التقرير الذي يركز على التصوير الحي للوقائع و الأحداث ، أي أنه يهتم برسم صورتها أكثر مما يهتم بشرحها أو تحليلها ، ففي حين أن التقرير الإخباري يركز على سرد البيانات و المعلومات المتعلقة بالحدث ، نجد أن التقرير الحي يركز على وصف الحدث نفسه ، و هذا النوع من التقارير ينصرف إلى تغطية الأخبار الخفيفة (Soft News) ، إلا أنه قد يتطرق للأخبار الجادة في أحايين كثيرة ، كتغطية الجلسات البرلمانية أو المعارك الإنتخابية أو الإحتفالات القومية و العروض العسكرية أو حتى المباريات الرياضية و الحفلات الفنية .. و يقوم هذا النوع بالوظائف التالية :

- وصف الحدث و الظروف المحيطة به ، و الجو الذي تم فيه ، و الأشخاص المرتبطين به .
- عرض و تصوير و تسجيل التجارب الذاتية مع الحدث سواء للمحرر كاتب التقرير أم مع من يسهم هذا الحدث ، و هو كثيراً ما يوفر الفرصة للناس بأن يدعهم يتكلمون و يعبرون عن هذا الحدث بطريقتهم الخاصة .
- أن يجعل القارئ يحس و كأنه قد شاهد الحدث فعلاً بعد قراءته للتقرير .

3 – تقرير عرض الشخصيات :

و هو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية من الشخصيات المرتبطة بالأحداث و التي تلعب دوراً بارزاً آنياً في المجتمع المحلي أو الدولي .. بحيث يحلل هذه الشخصية و أفكارها و توجهاتها .. و يقوم هذا النوع بالوظائف التالية :

- الرسم المتقن الواقعي للشخصيات المرتبطة بالأحداث اليومية الجارية .
- تصوير عملية تمر بها هذه الشخصية ، كالصراعات السياسية أو التحديات أو المشاريع .

و هناك محاذير يجب الحذر من الوقوع منها عند كتابة هذا النوع من التقارير ، و هي :

- عدم إتقان رسم صورة هذه الشخصية بشكل واقعي و صادق ، كأن يضع على لسان الشخصية آراء أو أقوال لم تقلها .
- الخلط بين آراء الشخصية و آراء الكاتب ، فيجب تمييز آراء كل منهما و فصلها بصورة تتضح للقارئ .
- الوقوع في خطأ الإيحاء ، بأن تتوافق أفكار الشخصية مع أفكار الكاتب ، فيظهر التقرير و كأنه دعاية شخصية ، و هذا ما يفقد الثقة في التقرير ، بل و كاتبه .

ملاحظات عامة عن فن التقرير الصحفي -

أولاً : لا يوجد هناك فصل تام بين أنواع التقارير الصحفية الثلاثة ، فهناك تقارير كثيرة تجمع بين نوعين من التقارير ، بل قد تجمع بين كل الأنواع .

ثانياً : يجب الحرص على إختيار المعلومات و البيانات التي سيتضمنها التقرير بدقة و عناية فائقة ، بحيث ينتقي منها الأوثق و الأسهل لإقتناع القارئ

ثالثاً : إن لم تتوفر لك معلومات و بيانات كافية عن مادة التقرير ، فلا تتردد في تحويل التقرير إلى خبر صحفي ، فذاك أفضل من كتابة تقرير ناقص ، لا سيما و أن الخبر لا يحتاج إلى قدر كبير من المعلومات .

رابعاً : لابد أن يكون هناك هدف للتقرير و خطة واضحة ، و على ضوء هذا الهدف و أساس هذه الخطة تختار المعلومات و البيانات المناسبة له .

خامساً : الحرص على الإلتزام بالموضوعية ، و عدم تشويه الحقائق و إستحقارها و تضخيم بعضها الآخر .

المقال الصحفي

تاريخاً كان المقال هو الأصل والأساس في تحرير الصحف والمجلات منذ نشأتها..وظل لفترة تاريخية طويلة صاحب المكانة الأولى في تحريرها،وبقيام الحرب العالمية الأولى تراجع المقال إلى الصفحات الداخلية ليتصدر الخبر الصفحات الأولى،أما قبل ذلك فكانت الصحف تصدر معتمدة على المقال في صفحاتها الأولى، وكانت كل صحيفة تتباهى بمقالاتها وتفخر بكتابها وتعمل من خلال ذلك على تدعيم مركزها ورواجها في سوق القراء.

فالمقال الصحفي كفن تحريري يلعب دوراً كبيراً في تحقيق وظيفة الصحافة في مجال التوجيه والتنوير والإرشاد وتكوين الرأي ، ومثلما هو كذلك فهو أيضاً يعين الصحيفة على القيام بالدور الذي ينبغي أن تقوم به خدمة لقرائها ..فالقارئ لا ينتظر من الصحيفة التي اعتاد قراءتها،أن تمده بالأخبار في عالم

اليوم الذي استطاعت فيه تقنيات الاتصال أن تنقل الأحداث لحظة وقوعها في أي بقعة من الكرة الأرضية،وإنما ينتظر من صحيفته أن تكون رؤية تحريرية قادرة على تفسير الأحداث وتقديم المعلومات وشرح القضايا ومسائل ما وراء الكواليس، كما ينتظر من صحيفته أن تلبي حاجته إلى المعرفة والثقافة ، وأن تمكنه من فهم ما يدور حوله من أحداث ونشاطات ووقائع وقضايا..

والمقال مثلما هو فكرة يتلقفها الصحفي ليعالجها بأسلوبه الخاص وطابعه المتميز، هو أيضاً يشكل دعوة للقراء للتفكر والتدبر وربما التصرف تجاه الأحداث من واقع فهمها لها ، وفي ذلك تلعب مقالات الرأي والرصد والتحليل والتفسير لمختلف الموضوعات والقضايا دوراً في تحقيق الصحافة لوظيفتها في قيادة الرأي العام، فهذا النوع من المقالات ينبغي أن يكون خروجاً من دائرة وحدود ما هو كائن ومعروف ، إلى عمق وجوهر ما هو غير معروف وما يجب أن يكون، ففي هذا النوع من المقالات يكمن التوقع والاستكشاف والرؤية والدعوة والاستقطاب وما يتبع كل ذلك من أعمال للفكر واتخاذ للموقف والدعوة للتغير.

- **أنواع المقال الصحفي:**

للمقال الصحفي نوعان

1- المقال الافتتاحي: يكتبه رئيس التحرير، وهو يستعين بالوثائق ليدعم رأيه. وهو يلتزم فيه بما يلي :

- التحفظ والحذر في إبداء الرأي.
- إقناع القارئ ، وطرح الموضوعات الطازجة.

- النزوع إلى التوجيه ومخاطبة الرأي العام.
- تناول مايهم البلاد من أحوال سياسية، داخلية وخارجية واقتصادية وجتماعية.

ويمتاز أسلوب المقال الصحفي بما يلي:

1. يشتمل على فكرة يحسن كاتبها عرضها في ثوب من التشويق.
2. أسلوبه سهل واضح يفهمه كل قارئ.
3. يميل إلى الجدل في مناقشة الأراء والاتجاهات المختلفة.
4. يميل إلى التطويل فيما يتطلب ذلك، وإلى الإيجاز في أكثر الأمور.

مقال الرأي: وهو القسم الثاني من المقال الصحفي:

1. ليس بالضرورة أن يعبر مقال الرأي عن رأي الصحيفة كالمقال الافتتاحي.
2. وهو ليس مقصوراً على جوانب سياسية.
3. يمكن أن يُقدّمَ في سلسلة معينة، مثل فن القصة، أو قضية المرأة في أفريقيا.

ضرورة كتابة المقال من حيث الشكل والمضمون:

الكتابة فن رفيع لا تكفي فيه كثرة الإطلاع وسعة الثقافة وتنوع المعرفة والتمتع بالموهبة، ذلك أن للكتابة عموماً، ولكتابة المقال الصحفي بصفة خاصة ضرورات، فإن توفرت في أي مقال صحفي أياً كان نوعه رفعت من قيمته وأرضت قراءه.. هذه الضرورات تعطي للمقال الصحفي درجة من القبول،

تجعل القراء يقبلون على قراءته والتحدث عنه للآخرين، بما يعطي لكاتبة شهرة وذيوعاً، وتتصل ضرورات كتابة المقال بالشكل والمضمون بما هو آت:

أ-ضرورات كتابة المقال الصحفي من حيث الشكل:

المقال كأي جسم كتابي له مكونات بعضها يتصل بالفكرة وأسلوب عرضها وطريقة تقديمها،وبعضها الآخر يتصل بالشكل الذي يكون عليه المقال وأهمها: العنوان والمقدمة والجسم والخاتمة والصورة إذا دعت الضرورة لوجودها .

هذه المكونات تجمع مختلف أنواع المقالات على وجودها،مثلما يُجمع مختلف كتاب المقالات على الكتابة على أساسها.

ب/ ضرورة كتابة المقال من حيث المضمون:

لكي تكون البداية صحيحة يجب أن تكتب الموضوع أولاً في رأسك،بعد أن يروق لك ويثير اهتمامك..ثم فكر في الزاوية التي ستكتب عنها،والعبارات التي تستحق أن تأخذ بها،وعناصر التشويق التي يجب أن تسيطر عليها،ومن ثم يبدأ سعيك نحو الأسلوب الذي ستكتب به،فحين تنطلق الكلمات على الورق ،يجب أن تركز على المقدمة،وتذكر أنها هي التي تحدد المزاج العام للمقال،وهي التي ستتضمن العنصر الذي أثار خيالك واستفز تفكيرك،لعله أيضاً يفعل القارئ نفس الشيء، ففي كل أنواع الكتابة الصحفية لا يمكننا تجاهل الهرم المقلوب ،لأن له سمة واحدة ينبغي تطبيقها في كل أشكال الكتابة الصحفية،هذه السمة تتمثل في أن تكون أول فقرة (المقدمة) بالغة القوة،وأفضل الفقرات هي التي تجعل القارئ يحس وكأنه يرى..وهو سبيل الكاتب المتميز.

خطوات تحرير المقال:

على الرغم من أن المقال وثبة عقلية لا تجري على نسق معين،إلا أن التجارب دلت على أن تحريره يمر بعدة خطوات نجملها في الآتي:

الخطوة الأولى: الكتابة في الذهن :وهي قاعدة عامة لمختلف أنواع الكتابة الصحفية حيث تبدو الأفكار والعبارات والجمل مشرقة في ذهن الكاتب، وهي نتاج للمعايشة الصحفية المستمرة للأحداث محلياً وعالمياً.

فالكاتب الذي لا يتمثله الحضور الذهني الصحفي قبل البدء في الكتابة،فذلك يعني أنه لم يكن موفقاً في اقتناص الفكرة التي سيكتب عنها، ومناقشته لها مع نفسه،وغالباً ما تستعصي الكتابة عليه،ويجد نفسه حائراً من أين يبدأ؟وماذا يكتب؟وماذا يترك؟

الخطوة الثانية: تقسيم الفكرة إلى عناصر :بعد استقرار الحضور الذهني للفكرة يبدأ الكاتب في تقسيمها إلى عناصر كي يسترشد بها في تناول الفكرة، فالعناصر هي التي تحدد ما سوف يكتبه المحرر،فقد تحتاج بعض العناصر إلى معلومات معينة، أو رأي خبير أو ما إلى ذلك.

الخطوة الثالثة: تحديد الاتجاه العام للمقال: هذا الاتجاه هو الموقف الذي ستكون عليه كتابته في ضوء المواءمة بين:رؤيته الخاصة وسياسة الصحيفة وتوقعات القراء.

الخطوة الرابعة: تنظيم المادة: وذلك بترتيب العناصر واستبعاد الضعيف والقلق منها،وكذلك الأمر بالنسبة للمعلومات..

الخطوة الخامسة: كتابة المقال:وتبدأ هذه الخطوة بكتابة العنوان والمقدمة وجسم المقال ثم خاتمته.. وبعض الكتاب يؤجلون كتابة العنوان إلى ما بعد الفراغ من كتابة المقال،فليس هناك قاعدة ثابتة أو طريقة معينة.. فلكل كاتب أسلوبه وطريقته الخاصة في إعداد نسيج مقاله،ولكن من المهم في ذلك أن يحافظ الكاتب على الوحدة العضوية للمقال ، والتي تجعله متماسكاً في شكله ومضمونه ولتحقيق ذلك يجب أن يتأكد الكاتب من سلامة اختياراته لعبارات الربط التي يتنقل بها من فقرة إلى أخرى،والأهم من ذلك كله،أن يحافظ على الفكرة الأساسية على طول المقال حتى لا تبعده التفاصيل عن جوهر الموضوع فتضعف المعالجة ويتيه القارئ.

الخطوة السادسة: المراجعة.. في هذه الخطوة يخضع المقال إلى المراجعة التي تؤدي إلى

1. استبدال عنوان بآخر.
2. تغيير نوع المقدمة أو تعديل بعض جوانبها أو اختصارها أو إدخال إضافات عليها
3. تقديم أو تأخير أو حذف أو دمج بعض فقرات المقال.
4. التأكد من صحة بعض الآراء أو المواقف التي تبناها الكاتب ومدى اتصافها وموضوعيتها.
5. مراجعة الأسماء والتأكد من صحة المعلومات والأرقام والتواريخ.
6. التأكد من السلامة اللغوية من حيث النحو والإملاء واستخدام الألفاظ المناسبة والمعاني .

7. الاطمئنان على طول المقال وعدد سطوره بما يتناسب مع المساحة المتاحة أو المخصصة له.

خصائص لغة المقال:

لغة المقال ليست اللغة المتقعرة التي يتسابق الكتاب لحشو مقالاتهم بها، فالكلمات العقيمة والألفاظ الغريبة،تجعل القارئ ينفر من قراءة المقال إلى مادة أخرى تكون كلماتها وألفاظها أكثر سهولة وجاذبية وسلاسة،لأنها تشعرهم أن كتابها يتعالى عليهم..

ولغة المقال هي اللغة السهلة السليمة الواضحة القريبة من فهم غالبية القراء،فهي اللغة التي:

1. تنساب كلماتها دون صعوبة أو تعقيد.
2. تتأثر بالواقع السياسي الحدثي وظروفه وأحواله المتغيرة.
3. تتصل بالتحولات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للمجتمع والعالم من حوله.
4. تتواكب مع التطورات والأحداث العالمية.
5. تتفاعل مع اللغات الأخرى.
6. لا تستغني عن استخدام بعض الكلمات العامية، كمثل شعبي مشهور أو بيت شعر شعبي أو عبارة قالها شاهد عيان بالعامية،على أن ذلك يجب ألا يصل إلى حد الإسراف .
7. تستخدم بعض عناصر الأسلوب الأدبي، دون أن يتقمص الصحفي شخصية الأديب الكامل،بمعنى أن تكون استعانته ببعض صور وأساليب وخصائص الأسلوب الأدبي محدودة،ودون تهافت أو مغالاة،وأن يكون

ذلك لغرض وظيفي لخدمة المعنى وليس لغرض جمالي،فبلاغة الكتابة في الصحافة هي البلاغة العملية الوظيفة وليست البلاغة الأدبية الجمالية.

وأخيراً:

إن كتابة المقال الصحفي ليست بالصعوبة التي يحاول أن يصورها البعض، كما أنها ليست بالسهولة التي تظهر بها على صفحات الصحف،فهمي عملية متميزة،لأنها تختلف عن أساليب كتابة الفنون الصحفية الأخرى، وإن كانت جميعها تميل إلى الكتابة الموجزة التي يتم فيها تحديد النقاط بسرعة وباختصار المعنى المقصود أو المطلوب،فالإيجاز وليد الحاجة في العمل الصحفي حيث المساحة المخصصة تقف حائلاً أمام اندفاع الصحفي لكتابة التعبيرات النثرية المطولة، فالمقال أحوج مايكون إلى ذلك حتى لاتتحول فقراته إلى ثرثرة وجدل وترديد لمعلومات ووقائع تناولتها الأخبار .

المقابلة الصحفية

المقابلة الصحفية والحديث الصحفي فن يقوم علي الحوار بين صحفي وشخصية من الشخصيات أو بين مجموعه من الصحفيين وشخصيه من الشخصيات .

كما هو الحال في المؤتمر الصحفي، أو فريق من الصحفين يتم تشكيله من الصحيفة

واحدة لمحاورة شخصيه من الشخصيات.

والحديث الصحفي قد ينشر كفن مستقل بذاته،وقد ينشر متضمنا في فنون أخرى

مثل التحقيق الصحفي أو القصة الإخبارية وغيرها..وعلي ذلك يمكن تحديد أنواع المقابلات الصحفية وأهدافها علي النحو التالي:

أنواع المقابلات الصحفية وأهدافها :

مقابله صحفية تجرى بهدف كتابه قصه خبرية، وهذه قد تكون عبارة عن مجموعه من المقابلات يجريها المندوب مع أبطال القصة أو شهود العيان هدف جمع الحقائق والمعلومات لكتابة القصة الخبرية، والصحفي في هذا النوع من المقابلات يركز علي الاسئله التقليدية الستة وهي:

من، ماذا،متى،كيف،أين،لماذا..

مقابلة صحفيه لكتابة موضوع إخباري يقدم تفصيلات عن الخلفية المتعلقة بمن أو ماذا جرى ؟

مقابلة صحفية لرسم صورة) شخص معين) ، فإذا كان هذا الشخص مألوفا للقراء ينبغي إن يقدم لهم الصحفي شيئا جديدا عنه أما إذا كان الشخص غير معروف فأنه يرسم لهم صورته بالكامل.وفي بعض الأحيان يكون ما يفعله الشخص أو الجو الذي يعيش فيه أهم كثير مما يقوله في رسم هذه الصورة الجانبية. ، القصة التجميعية:وهي التي تتم تجميع مادتها علي غرار الندوات،وتعطى للقارئ بعدا أعمق عن حدث جار، وذلك عن طريق جمع أراء عدة أشخاص حول هذا الحدث ، ويستطيع الكاتب الصحفي أن يكتب قصة تجميعية للآراء أو التعليقات التي يجمعها حول موضوع معين.

مقابله صحفيه لعمل تحقيق صحفي متعمق وتستهدف المقابلات التي يجريها الصحفي لعمل التحقيقات الصحفية الإجابة عن سؤالين أساسيين هما :

كيف و لماذا.. حديث صحفي مستقل يستهدف الحصول علي أخبار أو معلومات أو آراء وتختلف المقابلات الصحفية فمنها المقابلات الودية أو المقابلات التصادمية أو العدائية، وتتراوح هذه المقابلات بين المشاعر الفياضة ومحاولات الدفاع عن النفس.ويتوقف ذلك علي نوع المعلومات التي يسعي الصحفي إلى الحصول عليها وعلي الظروف التي تتم فيه المقابلة.

مراحل إجراء الحديث الصحفي :

أولا : الإعداد للحديث الصحفي :

اختيار الشخصية واختيار موضوع الحديث:

تعتبر الأحداث الجارية سواء المحلية أو الخارجية هي التي تحدد الشخصيات و الموضوعات التي يقوم الصحفي بإجراء مقابلات صحفية حولها بشرط أن ترتبط هذه الأحداث بقضايا تهم الرأي العام أو تمس مصالح عدد كبير من القراء .

ثانيا :جمع المعلومات :

حتى يتمكن الصحفي من إجراء حديث جيد وناجح لابد أن يقوم بجمع المعلومات عن الشخصية التي سيجرى معها الحوار وعن الموضوع أو الموضوعات التي سيدور حولها النقاش ،فالبحث الموثق جيدا يعطى الصحفي المعلومات الخلفية التي يحتاجها لتوجيه أسئلة جيدة..

ولمقارنة إجابات الشخص مع ما توصل إليه الصحفي من خلال بحثه عن المعلومات ،أما الصحفي الذي لا يسعى إلي الإلمام بموضوع حديثه ويكتفي بما هو متاح أو بالقدر اليسير من المعلومات

فان معلوماته أو حديثه يمكن أن يكون ناقصا وضحلا وغير دقيق وغير مثير... و حتى يتمكن المحرر من جمع المعلومات المطلوبة لإعداد حديثه عليه أن يجيب أولا علي هذه الأسئلة :

1. ما هي المعلومات التي يريد أن يعرفها؟ هل تتعلق بواقعه حقيقية أم تاريخا معينا ؟
2. هل هي رقم تليفون أم اسم خبير أم معلومات خلفية أم إحصاءات .....
3. علي الصحفي أن يعد قائمه بالمعلومات التي يريدها لموضوعه..
4. لماذا يريد أن يعرف هذه المعلومات؟ هلي هي مهمة جدا لموضوعه أم ثانوية الأهمية ، هل هي مثيرة للاهتمام أم يمكن الاستغناء عنها ؟
5. 3كيف سيستخدم هذه المعلومات؟ هل ستنشر بالنص كما ذكرها المصدر ؟

هل ستستخدم لتحديد اسئله المقابلة؟ عليك أن تحدد كل معلومة والدور المحتمل لها في الموضوع..

من أين يحصل الصحفي علي المعلومات :

هناك مصادر عديدة يمكن للصحفي الحصول علي المعلومات من خلالها عن موضوع الحديث والشخصية التي سيجرى معها الحوار وهي:

أرشيف الصحيفة أو المكتبة أو الاتصال بالصحفيين الذين سبق لهم إجراء مقابلات مع هذه الشخصية الاتصال بأصدقاء الشخصية القدامى وزملاء

دراسته وذلك في حاله الإعداد لحديث يستهدف تصوير جوانب في شخصية المتحدث.. إعداد الأسئلة:

إن المحرر الذي يذهب إلى المقابلة بدون أسئلة معدة سلفا، قد يضيع منه الموضوع الأصلي الذي جاء من اجله، وقد ينحرف به المتحدث إلى مجالات بعيده عن نطاق الموضوع الأصلي ..

و المقابلة هي رحله استكشاف يجب أن يكون لديك دائما فكره عن السبب الذي من اجله ستجري المقابلة مع شخص ما .. وقد تسعي أسئلة الحديث الصحفي إلى إيجاد إجابات علي الأسئلة الخمسة أو الستة (من، متى،ماذا،أين،كيف،لماذا).ويمكن أن تكتفي بالتركيز علي عدد قليل من هذه الأسئلة

أفضل الأسئلة في الحديث الصحفي :

_يري الخبراء أن أفضل سؤال هو الذي يصاغ بطريقة تشعل في المتحدث الرغبة في الإجابة عليه بطريقة مثيرة للاهتمام و حافلة بالمعومات ..

_التركيز دائما علي الأسئلة التي تبدأ بكيف ولماذا لأنها تبحث عن رأي يظهر شخصية

المتحدث ويساعد الصحفي علي تقييم وجهه نظره ..

_أسئلة الحديث الصحفي يجب أن تكون ايجابية وليست سلبيه بمعني أن إجاباتها تقدم معلومات أو وجهات نظر..

أسوا الأسئلة في الحديث الصحفي:

السؤال المكون من جزئين يقطع أفكار المتحدث..

الأسئلة التي يزيد طولها عن ثلاث جمل فهي لا تعتبر سؤال بل خطبه تفقد المتحدث الاهتمام بالسؤال ..

الأسئلة التي إجابتها نعم أو لا..وهذا لا يعني أن تكون أسئلة المحرر من ذلك النوع الذي يجعل المتحدث يجيب بنعم أو لا ،إلا إذا كان هدفه من ذلك أن يستدرج المتحدث إلى سؤال آخر يفرض عليه أن يسترسل في الإجابة شرحاً وتفصيلاً لإجابته السابقة سواء كانت بنعم أو لا.. وقد تضطره إلى إعلان موقف واضح لم يكن موضعاً لحساباته.

نقف إلى هنا وسنكمل مايهمنا معرفته عن كيفية إجراء المقابلة الصحفية وكيف نبدأ ؟

في الحلقة القادمة من محطاتنا الإعلامية ، كونوا بخير .

الإعلام الدولي .. والتغير الثقافي

لم يعد هناك شك في القول إن عصرنا الحاضر هو عصر الإعلام. ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية بل لأن وسائله الحديثه قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه، وشدة الخطورة. فقد تعددت وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر ... وتنوعت طرق تبليغها للناس، وتطورت أساليب استخدامها لدرجة مذهلة، ألغت حاجز الزمان والمكان... وما من شك في أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيرا خطيرا في نفوس الناس وأعمالهم. ولا جدال أن هذه الوسائل لها خطرها الكبير في تكوين الاتجاهات والمعتقدات. ونستطيع أن نقرر ـ ابتداء ـ أن المجتمع الإنساني لا يستطيع الحياة دون اتصال، كما أن الاتصال لا يمكن أن يحدث إلا من خلال نسق اجتماعي. وفي ضوء تعاظم دور وسائل الإعلام يذهب البعض إلى أن التغير الثقافي ما هو إلا ثمرة من ثمرات وسائل الإعلام. ولا نريد التحدث في هذا المقال عن كيفية تأثير وسائل الإعلام ولا عن أساليب التأثير وأنواعه ونظرياته. لأن هذه القضايا هي أكثر المسائل التي شغلت علماء الاتصال والباحثين في حقل الاتصال الجماهيري، خصوصا مسألة العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها. ومع الاختلافات الكثيرة بين الباحثين في هذا المجال إلا أن هناك إجماعا على أن وسائل الإعلام تؤثر... لكن إلى أي حد؟ ومتى؟ وفي أي الظروف؟ وبأية كيفية؟ فهذا الذي لم يجتمع عليه الباحثون لأن كلا منهم يجيب على هذه الاستفسارات من زاوية معينة وفي ظروف محددة ... لذلك اختلفت وتباينت؟ والواقع أن تحديد التغير الثقافي أو ما نسميه بالتأثير الثقافي والحضاري لدى مواطن العالم الثالث من قبل وسائل الإعلام الأجنبية الوافدة بالنسبة للفكر مهمة صعبة. ليس من اليسير تحديدها تحديدا قاطعا

بفواصل زمنية محددة. وتأتي الصعوبة في أنها مرحلة لنتاج تراكمي للأفكار من خلال فعاليات إنسانية، لابد وأن تكون قد مرت بمراحل طويلة من الصقل والتهذيب، لكي تبلغ مرتبة النضج المرحلي في تاريخ الفكر. ولكن نستطيع أن نقرر بأن أفراد المجتمع الإنساني هم هدف الوسيلة الإعلامية لإيصال الرسالة المطلوبة إليهم. فكيف يستجيب هؤلاء الأفراد للرسالة الإعلامية؟ إن هؤلاء الأفراد يعيشون في مجتمعات ذات تركيب اجتماعي معين، ومؤسسات اجتماعية مختلفة تفرض أنماطا معينة من أنماط الفكر والسلوك. فهي في الواقع تشكل الأرضية الثقافية التي تتبلور فيها أخلاقيات الفرد وعاداته وعقائده وميوله واتجاهاته ورغباته وأنماطه السلوكية المختلفة. فالتنشئة الاجتماعية والأسرة والبيت والمدرسة والمؤسسات الدينية، تشكل في الواقع المؤثرات الثقافية التي تشكل شخصية الفرد. ولا شك أن هذا التكوين الثقافي للأفراد المرتبط بكل هذه المكونات أثره في ثبات شخصيته وثقافته. كما أن مقدار ثبات هذا التكوين الثقافي واستقراره في شخصية الفرد يكون عاملا مؤثرا في التأثير بالرسائل الإعلامية إيجابا أو سلبا. لذا فإن ضعف تكوين الأفراد وضعف بنائهم الذاتي المتمثل في عدم تعمق مكونات ثقافتهم في شخصياتهم عامل هام يسبب تأثرهم بالمضامين الثقافية المختلفة عن ثقافتهم الأصلية. وترتفع نسبة هذه الفئة - ضعاف التكوين - في الأميين والأطفال، والمراهقين، ومحدودي الثقافة الأصلية لمجتمعهم وقيمهم - مما يجعلهم أكثر عرضة لمجالات الغزو الثقافي عبر وسائل الإعلام التي تحمل مضامين مخالفة لثقافتهم. خاصة إذا أدركنا أن ثقافة هؤلاء المحدودة تحول بينهم وبين معرفة عناصر القوة في ثقافتهم المحلية، فيشعرون أنها لم تعد قادرة على تلبية حاجتهم في الحياة، فيصبحون أكثر ميلا واستعدادا للتغير الثقافي أو بالأحرى التأثير الثقافي. إن الجانب الحضاري أو الثقافي هو الدافع

الذي يقف خلف حماس كثير من الدول الأوربية لفرض لغاتها القومية وقيمها الثقافية، ولا شك أن ثقافة أي بلد هي هويته الوطنية التي لا يجوز لأي كان ولأي سبب أن يقوم بتشويهها أو تطعيمها بثقافات هجينة غير ذات مستوى. فهل يحق لنا في مثل هذا الوضع الذي نعيشه أن نغفل أهمية البعد الثقافي والحضاري الذي ينبغي أن تكسبه برامجنا الوطنية، والذي لا يتحقق بدون تأكيد الألفة الحميمة بين المشاهد وبرامجه. لقد لوحظ أن أجهزة الإعلام الدولي في الوقت الحالي تعكس القيم والمثل السائدة في مجتمعات معينة، وأن الدول المسيطرة تقوم بدور الرقيب بالنسبة للإعلام في الدول النامية. وهناك إجماع بين أبرز كتاب التبعية في المجال الإعلامي على تشخيص جوهر التبعية الإعلامية الثقافية في العالم الثالث وإرجاعها إلى عوامل تاريخية تتعلق بالسيطرة الاستعمارية الغربية مضافا إليها المحاولات الدائبة التي تقوم بها الولايات المتحدة في المرحلة المعاصرة للسيطرة على ثقافات العالم الثالث، وإخضاعها لصالح السوق الرأسمالي العالمي. وتستعين في تحقيق ذلك بقدراتها الإعلامية الضخمة من خلال وكالات الأنباء الغربية والأقمار الصناعية. علاوة على إمكانياتها الهائلة في مجال تكنولوجيا وسائل الاتصال والنشاط الأخطبوطي للشركات المتعددة الجنسية ووكالات الإعلان الدولية. ثم إن ثمة موضوعا هاما جدا يجب التطرق إليه حين البحث عن أسباب التغير الثقافي نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الدولي وهو معرفة الخصائص أو سمات الشخصية أو الشخصية الجماهيرية لشعوب الدول النامية وما يميز هذه الشخصية من نزعات وسمات والإلمام بحقيقة الدراسات النفسية والاجتماعية لمعرفة طبيعة الجمهور والتعامل معه وفق تلك النتائج. وكذلك معرفة المداخل النفسية التي تصل الرسالة من خلالها وفي سياق منهجي يتفق مع الحالة المزاجية التي يعيشها الأفراد مما يجعل

تلك الرسائل تجمع الحقائق العلمية وتقدمها في قوالب عاطفية وجدانية تخاطب الشعور. وما يلاحظ من قوة الوسائل الإعلامية الوافدة، ليس نتيجة لقوة الوسائل التي تعرض فيها تلك البرامج فقط، ولكنه يعتمد بشكل مباشر وكبير على الدراسات الاجتماعية التي حددت من خلالها طبيعة الجمهور والخصائص التي يتميز بها. فالظروف المحيطة ونفسية المستقبل وطريقة تربيته ودرجة ثقافته تؤثر تأثيرا كبيرا على مدى تقبل الرسالة الإعلامية أو رفضها. كما أن هناك قضية أهم وأخطر مما سبق، نوجزها بمقولة ـ جوبلز ـ وزير الرعاية في ألمانيا النازية، بقولهالأول في طرح الفكرة هو صاحب الكلمة العليا دائما وكأن جوبلز يقصد من ذلك أن الفكرة الأولى عن المسائل التي لا يعرفها الناس تصادف منهم تقبلا وتأييدا، وقد تتأصل هذه الفكرة وتشق لها جذورا في نفوس الجماهير بحيث يستعصي استئصالها بعد ذلك. فعملية التغيير عبر وسائل الإعلام تصبح أكثر سهولة إذا كانت الموضوعات المطروحة جديدة على الجمهور، إذ أن خلو ذهن المتلقي للرسالة الإعلامية عن موضوع ما يجعله أكثر شغفا وإقناعا به. وفي هذا تنويه بأهمية الزمن في مجال الإعلام. ولقد أثبتت بحوث علم النفس الاجتماعي أن الإقناع بالرأي بالنسبة لموضوع يعرض لأول مرة أمر ميسور. كما وجد ـ مثلا ـ أن الأطفال الذين لا يعرفون شيئا كثيرا عن التمييز العنصري ـ في بلاد الغرب ـ يتأثرون بأفلام التسامح وعلى العكس من ذلك نجد أن مثل هذه الأفلام قد تحدث استجابات معاكسة عندما يكون المشاهدون من المتعصبين للتمييز العنصري، إذ يزدادون تعصبا، ويهزؤون بما يعرض عليهم من أفكار. فالإسراع ببيان الرأي من القضايا التي تجد، يفيد كثيرا في التأثير على الناس خاصة إذا كان هذا الرأي هو الصواب.

الإعلام المتخصص

لماذا الإعلام المتخصص،إعلام متخصص؟!!!

لأنه إعلام متجدد بتجدد موضوعات الحياة ومجالات التخصص المختلفة.

ماهية الإعلام المتخصص،أو ما هو الإعلام المتخصص؟

- هو حديث عن لون من ألوان الإعلام الذي يهدف إلى نشر الثقافة المتعمقة والمخصصة.
- يتوجه إلى جمهور عام وخاص في الوقت نفسه.
- الإعلام المتخصص يقدم بصورة موضوعية ،فهو موضوعي حيث يهدف الى نشر الوعي والمعرفة والثقافة المستمدة الى الحقائق والمعلومات؟
- الإعلام الخاص يقدم حقائق ومعلومات،إلا أنه يقدم بصورة ذاتية تعبر عن وجهة نظر معينة،بهدف تكوين رأي عام حول موضوع معين.
- يستخدم الإعلام المتخصص مثل الإعلام العام،مختلف عناصر التشويق وأساليب العرض و التقديم من سرد ودراما وندوة وحوار وغيرها.

لماذا الإعلام الاقتصادي مهم؟ وما أهمية الإعلام الاقتصادي؟

- المحرك الأساسي لحركة التكتلات والتجمعات والأحلاف العالمية.
- المحدد لقوة الدول والأمم والمجموعات.
- عزز مفهوم المنافسة والجدوى والعائد المالي والمردود الاقتصادي.
- له دور أساسي في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والمحلية والدولية.

- تؤثر بصورة أو بأخرى على الحياة اليومية للمجتمعات النامية على وجه الخصوص.

علل: أهمية الإعلام الاقتصادي؟

هو المحرك الأساسي لحركة التكتلات والتجمعات والأحلاف العالمية.

الإعلام الاقتصادي له دور في تحريك أو تنشيط وتحريك عجلة الاقتصاد والإعلان والإعلام عن التحولات التي تحدث في دنيا المال والأعمال.

ما هو دور الإعلام الاقتصادي؟

- له دور نشيط وفاعل في تحريك عجلة الاقتصاد والإعلان .
- يوفر للعامة والمختصصين المعلومات حول الأوضاع الاقتصادية المحلية والعالمية.
- يقوم بالتعريف بالحركة الاقتصادية في الدول الأخرى.
- ضمان الحقوق في اقتصادية للمواطنين.
- تفيد الإعلام في حركة الإستثمار ومجالاته.
- له دور في التنمية،وخاصة التنمية الاقتصادية.
- يقوم عبر وسائل الإعلام بتغطية الحدث الاقتصادي،وتوسيع الآفاق والمعرفة حوله .
- مطالب بأن يكون أكثر التصاقا بالمختصصين في هذا المجال.

علل: لماذا الإعلام السياحي من أهم وسائل التبادل بين الأمم؟

لما له من دور في تنوير الجماهير لكي تدرك كل ما يجب ان تدركه عن الشعوب من حقائق،وهو أمر يتعدى الجانب الاقتصادي إلى جوانب أخرى،لا

تقل أهمية عن الجانب الاقتصادي،أهمها تحقيق التعاون الدولي من أجل الرخاء المشترك لشعوب العالم.

ما هي المتطلبات للتخطيط التي يحتاجها الإعلام السياحي؟

- ادراك واستقراء الحقائق التاريخية والثقافية والإجتماعية وغيرها المتصلة بالشعوب.
- الإلمام بتطورات الدعاية السياحية العالمية من خلال تجميع المعلومات عنها.
- العمل على ايجاد قنوات للإتصال بأولئك الذين يسيطرون على أجهزة الإعلام العالمية.
- الإعداد الجيد والتدريب المتقن لأولئك الذين يعملون في مجال الإعلام السياحي.
- اختيار المناسب لبث الدعاية السياحية في أسلوب لغوي جيد من خلال الموضوعية وعدم المغالاة.
- اختيار الرسائل الإعلامية المناسبة التي يعمل من خلالها لإحداث التأثير المطلوب على أكبر عدد ممكن من الناس.
- أن يرتبط الإعلام السياحي بإعلان أو أشعار مصمم بطريقة جذابة ومثيرة وملفته للنظر.

ما هي خصائص الإعلام السياحي؟

- يقدم بصورة متجانسة مع عادات وتقاليد الشعوب.
- يعبر عن الحضارات القديمة ونهضتها الحديثة.
- تقديم الغريات السياحية من فنادق وتسهيلات وغيرها.

- يجب التعريف بالتسهيلات السياحية التي تقدم للسياح ليتمتع بها عند قدومه،من اقامه وغيرها.
- التعريف بالمواقع والمراكز واستثمارات السياحية والترفيهية والثقافية وغيرها.

. علل: لماذا الدول الصناعية والدول النامية تعاني من مشاكل بيئية؟

الدول الصناعية تعاني من هذه المشكلة مثلما تعاني منها الدول النامية، ففي الوقت الذي تعاني فيه الأولى من التلوث الجوي عن عملية الصناعة تعاني الثانية من تلوث المياه ونقصها،وتلوث الغذاء والتصحر و النظافة وغيرها.

ما هي الأنظمة التي تؤثر على البيئة؟

- النظام الطبيعي: هو المجال الحيوي الذي يعيش فيه الإنسان،و التنتظم في تفاعلات لا دخل للإنسان فيها،و هي من صنع الله عزوجل ولا دخل للإنسان فيه.
- النظام الإجتماعي: كل ما وضعه الإنسان لإدارة علاقته الإجتماعية والمتمثلة في القوانين والدساتير والأعراف وغيرها.
- النظام الصناعي: كل ما بنيه الإنسان من مصانع وانشاءات وغيرها،وهي من صنع الإنسان وادراته،وله القدرة على التحكم فيها،إلا أنه لا يستطيع منع التطور التكنولوجي فيه.

ما هو دور الإعلام البيئي في حماية البيئة؟

1. اثارة انتباه المواطنين لقضية حماية البيئة.
2. ترشيد السلوك البيئي،وخلق جو من الإهتمام بقضايا البيئة لدى المواطن.

3. توفير المعلومات والبيانات المتعلقة وطرحها للناس.
4. التوعية بقوانين جماية البيئة .لتحقيق مستويات التأثير المطلوبة في هذا الجانب فإنه يتم عن طريق:-

- تكوين البناء المعرفي لدى الجمهور بوجود التشريعات البيئية تهدف الى حماية البيئة.
- البناء الحركي من خلال تعديل أنماط سلوكه،وخلق انماط سلوك جديدة محابية للبيئة ومعبرة عن احترامها.
- البناء الدافعي لدى الجمهور بمحاباة البيئة واحترام عناصرها والمحافظة عليها.

5. عرض النماذج الحسنة للسلوك والأفعال التي تستهدف حماية والحفاظ على البيئة.
6. الإعلام المستمر عن أوجه النشاط الرسمي والشعبي التي تتعلق بموضوعات البيئة وبرامجها.
7. تبني وضع وتطوير برامج تربوية لحماية البيئة وتسليط الضوء على الجهود المبذول في هذا الجانب على المستوى الإقليمي والدولي والمحلي.
8. تعميق النظرة الدولية لمشاكل البيئة كمشكلة عالمية باتت تهدد المجتمع البشري.
9. تعميق مفهوم الأمن البيئي على اعتبار أن أمن البيئة هو أمن الموارد.

ينحصر الإعلام التعليمي في البرامج المسموعة والمرئية بصفة خاصة،و يعتبر الإعلام التربوي أشمل وأوسع من إعلام التعليمي،حيث تقوم بور التربية في المجتمع،لتشمل كل مؤسسات التعليم بما فيها الأسرة ودار العبادة وغيرها.

فالإعلام أيا كانت توجهاته وتخصصاته فهو يجب أن يكون ضمن اطار ملتزم بأهداف التربية و قيم المجتمع وأخلاقياته الذي يقدم للناس دون التزام أخلاقي يصبح إعلام غير تربوي وهو في هذه الحالة يشكل خطرا على العملية التربوية نفسها.

ما هي العلاقة ما بين الإعلام وعلم الإجتماع التربوي؟

فلسفة التربية تستمد من الواقع الاجتماعي،ووسائل الإعلام تسعى لتحسين هذا الواقع نحو الأفضل،حيث قامت بإحداث انفجار معرفي هائل،وهذا التزايد في كمية المعلومات ونوعيتها قد حتم اعادة النظر في الأساليب التقليدية في مجال التربية. وجعل وسائل الإعلام تسهم بدورها في تلبية حاجات المجتمع من التجديد التربوي الذي يواكب متغيرات العصر على اعتبارها من أهم الوسائل التربوية في هذا العصر.

يستمد الإعلام التربوي فلسفته من فلسفة المجتمع وسياساته في مجالات السياسة وغيرها،وهناك نوع من الترابط بين فلسفة الإعلام وفلسفة المجتمع من خلال التواصل في تربية شعوبها وتعليمها واقناعها بفلسفة النظام السياسي السائد، حيث يقوم كل من الإعلام والتعليم بدور أساسي في دعم فلسفة المجتمع الرامية الى زيادة الوعي الجماهير الذي يعتبر شرط جوهري للتطور الاجتماعي،ويهدف لبناء الإنسان (الإعلام التربوي).

ما هي متطلبات الإعلام التربوي؟

- التعرف على المقومات الأساسية لفلسفة المجتمع في جميع المجالات.
- مواكبة الجهود والخطط والبرامج التنفيذية الرامية الى تحقيق هذه الفلسفة وتحويلها الى واقع.

- الإعلام المستمر والمتصل بالمتغيرات السياسية والاقتصادية الدولية والمحلية لتنعكس على بناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع.
- التعرف على الحاجات الأساسية للأفراد والمجتمع من خلال مراحل التطور المختلفة.
- الاعداد والتدريب والتوعية المستمرة للعناصر البشرية التي تطلع بمهمة الإعلام في هذا المجال.
- تأكيد الالتزام الأخلاقي والتربوي في محتوى الرسالة الإعلامية خدمة لعملية التربية بجوانبها المتعددة،حيث تتم هذه العملية من خلال:

أ. التوجيه والارشاد الذي يساعد على تكوين المواقف وبلورة الاتجاهات.

ب. زيادة الثقافة والمعلومات.

ج. نقل التراث الثقافي من جيل الى جيل.

- تبني برامج إعلامية الجادة هي المفيدة والهادفة،تهدف الى الارتقاء بمجالات المعرفة الإنسانية الملتزمة بالقيم والأخلاق وغيرها.

علل: الدور التربوي لوسائل الإعلام قد يتعرض لخلخلة.

اعتبار الثقافة الكونية الوافدة عبر الاقمار الصناعية وما تحمله من ثقافة مغايرة وقيم وأساليب حياة قد تتفق أو تختلف مع قيمنا و أساليب حياتنا،هذا الأمر يؤدي لخلخلة الدور التربوي للإعلام.

ما الهدف من عملية التكامل ما بين الإعلام والتعليم؟

الهدف من عملية التكامل بين الإعلام والتعليم رفع درجة الوعي والثقافة والالمام بالعلوم والمعارف والمحافظة على القيم و الأخلاق الفاضلة،على اعتبار أن كل ذلك يعد ضرورات انسانية لرقي المجتمعات وتقدمها.

فالتربية وسيلة للحفاظ على التراث الثقافي والقيمي وتشكيل الفرد وتكوين ثقافتهم،ولتحقيق التواصل بين الأجيال،وهي بذلك تسهم في تكوين الحضارة الثقافية والمناعة التي تساهم على مواجهة تحديات الثقافات الوافدة.

علل: وسائل الإعلام الأكثر شيوعا وانتشارا وجماهيرا؟

لما تتميز به من قدرة على ايصال المعلومات لجميع فئات الناس،وبذلك تؤثر في ثقافتهم،والخطورة تأتي من الثقافات الوافدة بما يؤثر على الهوية الثقافية والخصوصية الحضارية.

الخطورة تأتي من الثقافات الوافدة عن طريق الإعلام بما يؤثر على الهوية الثقافية والخصوصية الحضارية.(لماذا الثقافات الوافدة تؤثر على الهوية والخصوصية الحارية)؟

أن هذه الثقافات تقوم بتخزين نفسها في الإطار المرجعي،ويؤدي الى ذوبانه في الثقافة الوطنية مما يؤثر على ثقافتنا.

الدعوة والإعلام جناحا الإعلام الديني.

الإعلام هو الجسر الذي تعبر منه رسالة الدين الى الناس.

الإعلام كان وسيظل أداة الدين ودعامته الأساسية به ينتشر وفي غيبته ينحصر في حدود ضيقة.

العلاقة بين الإعلام وأية دعوة أو فكر أو رسالة انما هي علاقة عضوية.

ما هي مقررات مؤتمر جاكرتا عام 1980م؟

- دعوة الجامعات الإسلامية للعمل على انشاء أقسام للصحافة الإسلامية بها.
- انشاء مركز للمعلومات لإمداد الحقل الإعلامي بما يحتاج اليه من معلومات.
- تنشيط دور وكالة الأنباء الإسلامية. مثل وكالة الأنباء الإسلامية التي كانت في ايران.
- الاستعانة بالطاقات الإسلامية في مختلف مجالات العمل الإعلامي.
- دعوة وكالات الأنباء العالم الإسلامي الى ابراز أخبار العالم الإسلامي.
- انشاء صحف ومجلات أسبوعية وشهرية بعدة لغات.
- انشاء شركات اعلانات إسلامية حماية للصحف الإسلامية من ضغوط شركات الإعلانات الأجنبية.
- مناشدة البلدان والمنظمات الإسلامية منع دخول أو طبع الصحف والنشرات والكتب التي تعادي الدين الحنيف وتؤثر على الشباب.

علل: مازال الإعلام الإسلامي محدودا أو بالرغم من الامكانيات المتوفرة للإعلام الإسلامي إلا أنها محدودة؟

المشكلة أن وسائلنا لا تزال تابعة،حيث تعتمد اعتمادا كليا على وكالات الأنباء الأجنبية،حيث ينقل حرفيا منها وهذه الوكالات تنقل أخبار العالم الإسلامي بطرق غير عادلة.

لإيجاد إعلاما إسلاميا متطور لابد من إ عداد كوادر بشرية إعدادا شاملا دينيا وإعلاميا.

عندما نعد كوادر شابة ومثقفة وواعية بدورها ،فإنه يقوم من خلاله بتقديم إعلام ديني واعي،حيث يجب أن يكون مثقفا دينيا وإعلاميا،وليس متشدد ومنحاز لطرف على حساب الطرف الآخر،وإنما يكون هناك توازن بينهما.

الفروقات بين الإعلام العلمي الخاص والإعلام العلمي العام ، مع ذكر الأمثلة؟

الإعلام الخاص:-

1. إعلام متخصص رفيع المستوى في مادته.
2. يتصف بالدقة والتقيد.
3. يتوجه لجمهور معين.
4. يسلط الضوء على الدراسات والأبحاث.
5. يهتم برصد أوجه النشاط العلمي في جميعه المجالات.
6. يحتاج لأسلوب علمي رفيعه ودقيق.
7. يخاطب متخصصين مدركين لأهمية المادة الموجهه لهم.
8. يستمد طبيعته من الموضوع العلمي الذي يعالجه.
9. يهتم بالمنهج العلمي في التقصي والقياس وغيره.

الإعلام العلمي العام:-

1.إعلام متخصص في مادته.
2.مبسط في طريقة تناوله وطرحه.

3.يتوجه الى الجمهور العام.

4.متنوع الاهتمامات.

5.متباين في مستوياته العلمية.

6.يتم بتوصيل المعرفه التي تحقق فائدة مباشرة للناس.

7. يساعدهم على رفع مستواهم الثقافي.

8.خلق أرضيه مناسبة للبرامج الرسمية التي تحارب التخلف.

9.تحقيق التنمية في مختلف المجالات.

10.يحتاج لأسلوب مبسط وواضح يفصل الأفكار.

11.يعرض النتائج التي تحقق فائدة للناس.

12.لا يهتم بالأساليب.

13.يعرض النتائج بأسلوب بسيط.

14.يحافظ على لغة العلم ويعرضها في تشويق.

متطلبات الإعلام العلمي؟

1. يحتاج الى متخصصين في مجالاته ممن لديهم القدرة على الكتابة المبسطة.
2. يحتاج الى جمهور على درجة من الوعي والثقافة والتعليم بصفة عامة.
3. يحتاج الى استخدام موفق ومتوازن لعناصر التشويق دون الاثارة من خلال توصيل المعلومات بصورة واضحة ومفهومة.

4. يحتاج الإعلام العلمي المتخصص الى مد جسور التعاون بالمختصين في المجالات المختلفة.

5. يحتاج الى اختيار الوسيلة الإعلامية الأكثر كفاءة في تناول الموضوعات .

6. يحتاج الى توظيف مادته في اتجاه الاستفادة منها في الجوانب التطبيقية للحياة اليومية.

7. يحتاج الى لغة ملائمة على قدر كاف من الوفاء بالمعاني والحقائق التي يرمي الى توصيلها حيث يجب أن تكون مباشرة.

الأهداف الكبرى التي تحدد وتحكم مسيرة التعليم والإعلام (خمسة أهداف) .

1. يسعى كل من الإعلام والتعليم إلى تأصيل الذاتية الثقافية.
2. وضعه الخطط والبرامج الإعلامية والتعليمية التي ترمي الى دعم مفهوم الأصالة.
3. اختيار وانتقاء الواعي من الثقافات الوافدة من خلال البرامج المستوردة المفيدة.
4. توجيه الالتقاط الداخلي بعناية،إما بشراء الأقمار الصناعية أو استيراد البرامج.
5. الاهتمام والسعي المتصل لتطوير مناهج التعليم وطرقه.
6. اتباعه نظام المدارس النموذجية التجريبية لتطبيق وتجريب النماذج التجديدية في مجال التعليم.
7. ترقية برامج الإعلام.
8. التنسيق بين الإعلام والتعليم على مستوى رسم السياسات.

9. دعوة وسائل الإعلام والقائمين بأمر البرامج الثقافية عن التخلي عن مفهوم ثقافة النخبة .
10. انشاء كليات ومعاهد مختصصة في دراسات وبحوث الإعلام التربوي.
11. اللغة العربية وعاء الثقافة العربية الإسلامية.

متطلبات الإعلام الديني.

1. وجود كادر إعلامي متخصص في هذا المجال.
2. معالجة الموضوعات التي تربط بين الدين وحياة الناس.
3. الدقة والصدق والموضوعية في تقديم الآراء ومناقشتها.
4. استخدام لغة سهلة التي تقرب الموضوعات الدينية.
5. عرض الأفكار والمعلومات المدعمة بالحجج .
6. الابتعاد عن التكلف والمغالاة في معالجة الأمور الدينية.
7. انتقاء الألفاظ التي توصل المعلومات وتركز على مناقشة الفكر وتكون سهلة.
8. الابتعاد عهن الخلافات والأقوال المتعددة حول مسائل الدين.
9. الاستشهاد بالأمثلة والأحاديث الشريفة في الاقناع.
10. الحذر من تناول موضوعات التطرف الديني وعدم الاكثار في تناولها.
11. توفير الامكانيات المادية والدعم الرسمي لهذه البرامج.

ما هو دور الإعلام الديني؟

1. العمل على ابراز حقائق الدين بالحكمة والموعظة الحسنة،وعدم المساس بباقي الأديان. مثلما فعل بابا الفاتيكان عندما اساء للإسلام.
2. نشر وتوضيح القيم والفضائل التي يسعى الى ترسيخها في النفوس. من خلال الأفلام والمسلسلات والبرامج وغيرها.
3. تمتين العلاقات مع مسلمي العالم عن طريق الإعلام الديني الموجه لغير العرب والمسلمين.
4. الرد على الأسئلة واستفسارات الناس حول القضايا الدينية.
5. الاهتمام بذكر مآثر الشخصيات الإسلامية من علماء وقادة وغيرها.
6. التعريف بأوجه النشاط الديني وتسليط الضوء على مناسباته وكتبه وغيرها. مثل المحاضرات والنشاطات الدينية.
7. الاهتمام بشرح وتعميق لمعاني التي ترمي اليها قصص القرآن الكريم وشرحها.
8. العمل على زيادة معلومات الناس بصفة مستمرة من عبادات وغيرها.
9. التصدي للطغيان المادي الذي أصبح سمة من سمات هذا العصر من خلال تزويد الناس بالثقافة الدينية كمناهج وغيرها.
10. محاربة البدع والخرافات ومختلف صور الجهل والعادات والتقاليد التي تتنافى مع جوهر العقيدة الإسلامية.
11. عرض الفتاوى التي تتعلق بمختلف قضايا ومشكلات هذا العصر.
12. العناية بالجانب العلمي لحقائق الكون والطبيعة.

13. زيادة الوعي الديني لمواجهة قضية الفراغ الديني كقضية خطيرة تهدد كيان المجتمع.
14. الرد على الافتراءات و المزاعم الغربية والصهيونية التي تنسب للدين الإسلامي.

ما هي أهمية الإعلام الاجتماعي؟

1. كقضايا الأسرة والأمومة والطفولة.
2. تناوله لسلوكيات المجتمع في عاداته وتقاليده وقيمه وأخلاقياته.
3. دوره في مواجهة كل ما يعترض المجتمع من مشكلات وأمراض اجتماعية. مناقشتها على شكل دراما،مقال،برامج وغيرها.
4. مسؤوليته تجاه قضايا المساواة والعدل والتكافؤ.عمل تحقيق يشمل جميع أفراد المجتمع أو حتى في الدراسة وغيرها.

ما هو دور الإعلام الاجتماعي؟

1. طرح القضايا الاجتماعية المتعلقة بحياة الإنسان وصحة الأسرة والطفولة. مثل الطلاق ،الزواج من الأجانب، القضايا السلوكية، درامية، تحقيق وغيرها.
2. التوعية بدور ومشاركة المرأة في مختلف مجالات الحياة وحمايتها.في المجتمع الإسلامي يجب ألا يكون هناك قمع اجتماعي.
3. محاربة التفكير الخرافي والعادات السيئة والتوعية بمضارها.مثل الشعوذة والسحر والعادات السيئة وغيرها.

4. حماية القيم الاجتماعية ومراكز منشطة في النسق الاجتماعي .هي المتعارف عليها والتي تتبناها بعض الأفلام والمسلسلات التي تنادي بالشذوذ وغيرها من القيم السيئة.

5. نشر الأفكار الجديدة والآراء المستحدثة التي تستهدف تطوير المجتمع وتحديثه.نقل الأشياء التي تخدم المجتمع وتطويره وليس خلخلتها ومعالجة قضاياهم.

6. التصدي للإنحرافات و السلوكيات الشاذة التي تهدد القيم والأخلاق والمثل الاجتماعية الفاضلة.وسائل الإعلام تعمل على ايجاد هذه الأشياء.

7. الدعوة المستمرة للإلتزام بما توجد من قوانين ونظم تحقق التكافؤ والعدل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.وسائل الإعلام تحارب هذه القوانين.

8. المحافظة على ثقافة المجتمع.هو مجمل سلوكيات التي تدخل في كل شيء من ممارسات وغيرها.

9. التأكيد على السمات الايجابية للشخصية الوطنية.

10. الاهتمام بقضايا المعوقين والمتخلفين عقليا.

11. محاربة روح السلبية واللامبالاة والتقوقع والتقاعس عن أداء العمل و القيام بالواجب. مثل البطالة.

12. محاربة الجريمة والتصدي لأساليب المجرمين وتوعية الناس بها. فوسائل الإعلام تدعو للجريمة بطريقة غير مباشرة.

13. الاهتمام بقايا التثقيف السكاني والسياسات السكانية.

لماذا تهتم وسائل الإعلام بالجريمة؟وما هي العائد التي يجنيها المجتمع والناس من هذا الاهتمام؟

ليس هدفا في حد ذاتي وان كانت الصحافة الصفراء تسعى الى هذا الهدف الا أن ذلك لا يصلح لأن يكون تعميما ينطبق على مختلف وسائل الإعلام،لأنه ليس هناك دليل على أن نشر الجرائم يزيد من توزيع الصحيفة.

ما هو الهدف الذي تسعى اليه وسائل الإعلام من الاهتمام بنشر اخبار الجريمة والتعليق عليها وتوضيح دوافعها وكشف ممارستها في تقديري أن المسألة تستهدف.

1. تعريف الياس بأساليب الجرمين في ارتكاب الجرائم وتوعيتهم بطرق الوقاية منها ومواجهتها.
2. تحذير الآخرين من ضعاف ومرض النفوس الذين تستهويهم أساليب المجرمين.
3. حث المجتمع على التصدي للجريمة على اختلاف أشكالها حتى لا تتحول الى ظاهرة ومرض اجتماعي.
4. تقديم يد العون والمساعدة الى الأجهزة العاملة في مجال مكافحة الجريمة.

بعض الأنظمة السياسية رحبت بهذا الاتجاه الإعلامي في نشر أخبار الجريمة.

لكونـــه يحـــول أنظـــار الجمهـــور عـــن أمـــور السياســـة و الحكـــم والاقتصاد،وبذلك استفادت مثل هذه الأنظمة من ذلك.

توصيات المؤتمر العربي 11 للدفاع الإجتماعي للتنسيق بين المستويات الوزارية المسئولة،مع الشرح المفصل بالأمثلة.

وضع سياسة تحدد نوع البرامج من حيث المحتوى والشكل ووقت العرض.

مثل البرامج التي يشاهدها الأطفال.

1. الإشراف على تدريب وإعداد العاملين في التلفزيون من مخرجين وغيرهم وتحديد مسؤوليتهم وغيرها.
2. مراعاة أن يكون من بين من يعهد اليهم بالرقابة على هذه الوسائل من اصحاب الاختصاص في مجالات العلوم الاجتماعية والنفسية وغيرها.
3. العمل على تحقيق التكامل والتناسق بين عمل وسائل الإعلام،والمؤسسات الفردية:كالبيت والمدرسة وغيرها.
4. الاستفادة من نتائج الايجابية التي حققتها بعض التجارب العربية.مثل برنامج افتح ياسمسم وغيرها.
5. توجيه المطبوعات الخاصة بالطفل والشباب بحيث لا يوجد بها مواد تنفر الشاب وتؤدي للإنحرافه.
6. فرض رقابة صارمة على الأفلام والمطبوعات الواردة من الغرب والتي قد تثير الغرائز وتشجع الجريمة.
7. تشجيع الدراسات الميدانية التي تعنى بإبراز تأثير وسائل الإعلام على المواطن العربي.

العمل السياسي و العمل الإعلامي وجهان لعملة واحدة،اذكري النقاط التي تعلل أو تشرح ذلك؟

1. الإعلام السياسي هو العمود الفقري لأداء وسائل الإعلام الحديثة،فلا نستطيع تخيل إعلام من دون أهداف وغايات سياسية.
2. الإعلام والسياسة وجهان لعملة واحدة، هي المادة الأساسية لوسائل الإعلام.
3. الإعلام السياسي هو الإعلام الذي تغلب عليه طوابع السياسية والفكر والدعاية والدعوة ويستهدف تغير أو تثبيت أو انحياز اتجاهات الجماهير.

ففي بعض الدول يراقب الناس السياسة مراقبة الهواة لمباريات كرة القدم.ففي الأولى يناط به مهمة التوعية السياسية الصحيحة التي تنير أمام المواطن درب الحقيقة السياسية.وفي الثانية يناط به احاطة الناس علما بمجريات الأحداث وتطوراتها.

4. الإعلام السياسي لا يمكن أن يكون محايدا فهو دائما يعبر عن وجهة نظر معينة ينحاز اليها صراحة.
5. الإعلام السياسي في الدول النامية يخضع لملكية هذه الدول في معظم الأحوال،فهي أداة أساسية لدعم سياسة الحاكمة.
6. تتعدد وضعية الإعلام السياسي في معظم الدول،وفقا لوضعية الإعلام وحاجة المجتمع اليه.وهو لا يخرج عن ثلاثة أحوال أو أوضاع:-

أ. إعلام مبادر يسلط الضوء على القضايا والمشكلات،ويوجد العمل السياسي في مسارات طبيعية.حرية محدودة جدا مثل الجزيرة.

ب. إعلام مواكب لتوجهات العمل السياسي يسير في اتجاهات موازية لاتجاهاته.حرية منظمة مثل: العربية،المنار،العالم.

ج. إعلام يسير في الركب لا يخرج في تبعيته عن المدى الذي يحدده العمل السياسي له.هناك قنوات تنتظر الحدث،ولاتبادر بفعله،ولكن تنتظر الأمر من الإدارة العليا (ليس لديها حرية) مثل: المجد.

7. يعمل الإعلام السياسي وفقا لنظرية إعلامية معروفة،هي نظرية الدق على المسمار،وهي تعتمد على التكرار بهدف تثبيت الأفكار والمعلومات والآراء في أذهان الجماهير واقناعهم بها.مثل : الانتخابات الاتحادية في الدولة.
8. الإعلام السياسي بصورة خاصة يستدف الرأي العام من خلال ما يقدمه من أخبار وموضوعات وصور وتعليقات وتحليللات تستهدف المناخ الذي يهيء له.

ما أبرز المشكلات التي تواجه الإعلام السياسي؟

1. المصداقية: دائما محل شك حتى وان كان صادقا،فالناس لا يثقون بمن يعمل في هذا المجال فكيف يثق بالإعلام السياسي.
2. اسغلاله في بعض الدول من جانب المسؤولين على نحو يتصف بالأنانية لبناء أمجادهم الشخصية.مثل الانتخابات في اليمن وغيرها والتي منعت الأناشيد التي قامت بانتاجها المعارضة.
3. اتجاه الإعلام السياسي الى الكم حيث الاغراق في تناول الموضوعات السياسية يغطي على الكيف،والكيف المتجسد في عملية توظيف الأحداث والموضوعات.مثل : افتتاح الشركات ولكن ماذا استفاد منها الشعب واجتماع الأمانة العامة في الخليج ولكن لم يسفر عن شيء.

4. ابرازه للأخبار الطيبة،والتركيز عليها والتهوين من شأن الأخبار السيئة. فنحن نركز على الانجازات فقط ولا نغطي الجوانب السلبية وغيرها.
5. المحاذير التي تكتنف تناول بعض الموضوعات السياسية في ظروف معينة حيث تفرض بعض القيود على الإعلام السياسي صعوبات تحول دون تناول مثل هذه الموضوعات.مثل : غزو العراق للكويت والصراع بين وزير العراق والكويت قبل حرب العراق.
6. القائمين بأمر يسندون الى أنفسهم مهمة الفرد بالحكم على ما هو صالح وما هو طالح من أعمال وأشخاص بمواقع السلطة على اختلاف مستوياتها.

يتوجه إعلام الطفل بالدرجة الأولى للطفل،إلا أنه في ذات الوقت يتوجه الى الآخرين خاصة الوالدين،وتتجسد مسائل المتصلة بالتربية.

الفصل الرابع

لماذا الإعلام؟

«يشغلك البعد السياسي في الإعلام»! هكذا بادرني الزميل د.ادريس المغربي. الاجابة، اننا نعيش معركة مسرحها الإعلام، وبعض جنودها من افراده.

حرب لم يكن فيها الإعلام محايدا، لعدة اسباب، منها الإعلام نفسه، وظروف المنطقة، من القضية الفلسطينية مرورا بالعامل الاقتصادي تأثيرا وتدخلا، وحتى الارهاب. لا نتحدث عن جلد الذات، عبارة من لا يريدون الاعتراف بالأخطاء، لأننا لسنا وحدنا، فالغرب كذلك يحاسب إعلامه.

الفرق، ان لديهم من يعلق الجرس، و يصرخ بوجه الإعلام عندما ينحاز. جامعاتهم تدرس مفهوم الأجندة الإعلامية وكيف ومن يقرها. رأينا «نيويورك تايمز» تعتذر، ليس بسبب قيمها وحسب، ولكن لوجود من يرصد الأخطاء ويفضحها.

فهناك يؤمنون بان أول شيء تفعله في الصباح هو إخراج سلة النفايات، حتى لا تفوح رائحتها في الضحى وتنفضح! ورأينا ما حدث للبي بي سي في قضية عالم الاسلحة ديفيد كيلي. ناهيك عن مجلات وصفحات تختص بالإعلام.

فلا بد من التصدي لواقعنا الإعلامي لكشف الأخطاء المقصودة، وغير المقصودة. فإعلامنا رزئ بالخطايا منذ ادلج من زمن الاذاعة، مرورا بالصحافة المكتوبة وكذبة عناوين سقوط الطائرات الاسرائيلية. وصولا للفضائيات وكذبة

صمود نظام صدام، خصوصا ونحن نقرأ حوارا مع مذيعة تقول ان جمال عبد الناصر ملهمها!

في حرب العراق الاخيرة رأينا الكذب البواح. قرأنا مقالا يوم سقوط بغداد عن نجاح صمود الدفاعات العراقية! وقتها شنت معركة ليس في الإنترنت، بل من صحف زميلة ضدنا. اتهمنا، صحيفة ومحررين، بتهم لا تعد ولا تحصى. وكانت النتيجة ان صدام لم يصمد حتى بعدد ايام صمود الملا عمر!

وكان اكثر جرأة، زميلنا حازم الامين، من صحيفة «الحياة»، الذي غطى حرب العراق من الميدان حين قال على قناة «الجزيرة» قبل ايام: «الإعلام العربي خدع الناس، حيث رأى الصحافيون كيف هرب الجنود الى منازلهم قبل سقوط بغداد بعشرة ايام، وكانوا يتحدثون عن الصمود»! ولا مناص من النقد ونحن نرى الارهابيين يفرضون اجندتهم على الإعلام. فقبل أسبوع شكا لي زميل في فضائية عربية، عن تهديد بالقتل تلقاه زملاؤه من قبل كتائب شهداء الاقصى، ان لم يستجيبوا لتعليماتهم. ومثلها من ارهابيين بالعراق.

واجبنا أن نبين للمتابع، لماذا يذهب إعلامه شرقا او غربا في تغطيته. هنا دعوني اكشف لكم امرا مهما، فهذه الايام تتحدث قناة «الجزيرة» عن مراجعة للتحرير الصحافي، وعن ميثاق للشرف، والسبب الحقيقي للتغيير هو «وعد قطعه وزير خارجية قطر حمد بن جاسم لكونداليزا رايس، بتغيير سياسة القناة، في لقائه معها قبل أسابيع»، بحسب معلومات موثقة!

فوفق معلومات من مسؤول عراقي، ان العراقيين قرروا إغلاق مكاتب الجزيرة ببغداد، إلا أن الاميركيين طلبوا منهم الانتظار لأن القناة سوف تقوم بمراجعة وتحسن تغطيتها.

هذا كله ونحن نأخذ في الحسبان إعلاميي كوبونات صدام، والمتعاطفين مع «القاعدة»، أو اكثر، من المراسلين والمحللين، مرورا بقنوات قامت وتقوم، بل وتعلن، انها على اساس ايديولوجي. لهذا كله نركز على الإعلام.

نظريات الإعلام

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع ، فهي توصيف النظم الإعلامية في دول العالم على نحو ما جاء في كتاب نظريات الصحافة الأربع لبيترسون وشرام.

علاقة نظريات الإعلام بفلسفة الإعلام:

هناك علاقة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام ففلسفة الإعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع ، أي

تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ويرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم واشمل من النظريات ، وكثيرا ما شاع استخدام نظريات الإعلام باعتبارها فلسفة الإعلام أو مذاهب الإعلام، ولكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الإعلامية(مرسل، ومستقبل، ووسيلة ...الخ)

وترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين.

1- **نظرية السلطة**

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر ، وتعتمد عل نظريات أفلاطون وميكافيللي، وترى أن الشعب غير جدير على أن يتحمل المسؤولية أو السلطة فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة؛ وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على إصدار المجلات إلا انه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة.

وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوروبية معاصرة في ظل هذه النظرية ، وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله:

انه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء.

ومن الأفكار الهامة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية ، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية.

2- **نظرية الحرية:**

ظهرت في بريطانيا عام 1688م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد انه صحيحا عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق اكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما انه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام؛ أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة الحاكمة.

وتتميز هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

نقد النظرية:

لقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات ، حيث أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تُعرض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام اصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكون على حساب مصالح المجتمع وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية ، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية ، وهنا يجب ان ندرك ان الحرية مطلوبة لكن شريطة ان تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه.

3- نظرية المسؤولية الاجتماعية:

بعد ان تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية ، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية ، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة وذلك بعد ان استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية ان الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب ان تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة - ونلاحظ ان هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية – ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات ان تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب ان تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما ان للجمهور العام الحق في ان يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وان التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن ان يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة؛ أضف إلى ذلك ان الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب ان يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى .

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الاقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة؛ وبإمكان القطاع العام والخاص ان يمتلكوا وسائل الإعلام في ظل هذه النظريات ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام.

4- النظرية السوفيتية(الاشتراكية):

ان الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وانجلوس ووضع قواعد تطبيقها لينين واستالين يمكن إيجازها في ان الطبقة العاملة هي التي تمتلك سلطة في أي مجتمع اشتراكي ، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لابد ان تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب ان تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة وهم في الأساس الحزب الشيوعي .

ان المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها طبقات لا طبقية، وبالتالي لا وجود صراع للطبقات، لذلك لا ينبغي ان تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع.

لقد حدد لينين اختصاصات الصحافة وأهدافها :

* زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي.

- ✓ يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.
- ✓ تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة.
- ✓ يجب ان تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.
- ✓ إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية.

5- النظرية التنموية:

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي التي ظهرت للوجود في منتصف هذا القرن هي بالتالي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية ، كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية الأربع التي استعرضناها، ويناسب هذا النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة 'واك برايل' حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية ، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح.

أن المبادئ والأفكار التي تضمنت هذه النظرية تعتبر هامة ومفيدة لدول العالم النامي لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية.

كما ان هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات؛ وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية حسب الظرف السائدة إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تظافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي.

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية:

- ان وسائل الإعلام يجب ان تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.
- ان حرية وسائل الإعلام ينبغي ان تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.
- يجب ان تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.
- ان وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.
- ان الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

- ان للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.

6- **نظرية المشاركة الديمقراطية:**

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الإعلام وأصعبها تحديدا، فقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت ردا على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية.

فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة بديلا عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الاحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه الصفوي لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر.

ويعبر مصطلح 'المشاركة الديمقراطية' عن معنى التحرر من وهم الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهل الاقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات، وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والاقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية ان نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى ان نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة ، ومن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام.

وهكذا فإن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع؛ ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقد فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها.

وتتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية:

1. ان للمواطن الفرد والجماعات والاقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددونها.

2. ان تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي ان يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية.
3. ان سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهن.

الإعلام والتجربة الإعلامية العربية

نظريات الإعلام هي خلاصات لما توصل إليه الباحثون:

القصد من نظريات الإعلام هو خلاصات ما توصل إليه الباحثون في مجالات الاتصال والإعلام الجماهيرية ومن بينها كتاب نظريات الصحافة الأربع الذي ألفه ليترسون وشرام ووضعا فيه أسس العلاقة المتبادلة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام لأنه هناك علاقة متبادلة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام، ففلسفة الإعلام تبحث العلاقة الجدلية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين الإعلام كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ورأى منظري نظريات الإعلام أنها جزء من فلسفة الإعلام لأن فلسفة الإعلام هي أعم واشمل من النظريات، لأن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن الأيديولوجيات والمعتقدات الاجتماعية والاقتصادية، والحديث عن أصول منابع العملية الإعلامية المؤلفة من: مرسل؛ ومستقبل؛ ووسيلة.

وترتبط نظريات الإعلام بالسياسات الإعلامية في المجتمع، ومدى التحكم بالوسيلة الإعلامية من النواحي السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى مضامينها التي تنشر أو تذاع من خلالها، ليبرز سؤال هل تسيطر الحكومة على وسائل

الإعلام، أم أن لها مطلق الحرية في التحرك أم التقيد بالقواعد التي تحددها القوانين النافذة.

خاصة وأن مجموعة العوامل التي تشترك في تأسيس منطق النظرية العلمية في المجالات الإنسانية والحياتية المختلفة، في حقيقتها نابعة من بيئة الإنسان ومجموعة المنبهات والاستجابات التي تتكون وفقاً لها.

واستطاع الإنسان تشخيص تلك العوامل البيئية والاجتماعية والنفسية بعد أن عرف اللغة ومفرداتها، لأن اللغة في شكلها الأول وبطبيعتها البسيطة البدائية كانت ضرورية لحياة الجماعة وأساساً لتكوين العلاقات بين الإنسان وأخيه الإنسان، وبمرور الزمن تطورت اللغة لتصبح ذاكرة للمجتمع ومكنت الإنسان من تنسيق جهوده وتوحيدها في مجرى مشترك عام وجعلت تداول الخبرة ممكناً بين الأفراد والأجيال والمجتمعات.

واللغة بهذا المعنى الواسع أصبحت أداة اتصال رئيسية بين بني البشر، كما أنها في الجانب الثاني أصبحت أداة فكر وأداة لتبادل الآراء والأفكار بين الناس.

ومعروف أن المطبعة جاءت لتفتح الطريق أمام الثورة الصناعية بعد أن مهدت لها الثورة العلمية، وما أن دخل القرن العشرين حتى صار العالم يعيش ثورة شاملة في وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية.

وانحسرت المسافات الجغرافية أمام القدرات التكنولوجية لوسائل الاتصال والإعلام. ومن أجل تسخير هذه القدرات وتوظيفها لخدمة المعلومات وتبادلها بين المجتمعات أخضعتها الحكومات والدول إلى نظرياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. مما دفع علماء الإعلام والاتصال لوضع نظريات

إعلامية مستنتجة من تلك النظريات السياسية الأوسع وتطبيقاتها العملية في المجتمعات المختلفة من رأسمالية واشتراكية وهجينة وخاصة وغيرها.

ولا غرابة في أن يكون لإعلام الدول النامية قولٌ في هذا المجال لاسيما وأنها ابتليت بالأوضاع التي فرضتها عليها السياسات الاستعمارية، وما تعانيه من شدة الخلافات السياسية التي انعكست بالنتيجة على فعالياتها الإعلامية.

ورغم دخول العالم القرن الحادي والعشرين، وعصر المعلوماتية ووسائل الاتصال المتطورة فإننا نلاحظ استمرار تخبط الدول النامية في مشاكلها الإعلامية والاتصالية التي ازدادت صعوبة وتعقيداً.

ويقي الإعلام ظلاً للسياسة في الحركة الاتصالية اليومية لتطبيق المناهج السياسية والاقتصادية والفكرية والتربوية والتعليمية والثقافية، في هذا البلد أو ذاك.

وارتباط وعي الإنسان بهذه العوامل والتكوينات الاجتماعية وبتقديره للظروف الموضوعية والذاتية التي تحيط به، والتي ترتبط ارتباطاً مباشراً بلغته القومية، لاسيما وأن اللغة هي التعبير عن تقديرنا للواقع الموضوعي، وقد ظهر الوعي واللغة في مرحلة محدد من التطور الاجتماعي للبشرية، ليتمكن بنو البشر من التواصل والاتصال ببعضهم البعض.

واللغة تمنح الإنسان بالإضافة إلى وراثته البيولوجية فرصة للاستثمار الأمثل للثقافة والمعرفة. وقد أتاح العلم الحديث للغة ممكنات ووسائل متعددة للتعبير عن دقائق الأحكام الفعلية في صورها النظرية والتطبيقية لمختلف الحاجات الإنسانية.

الإعلام والتجربة الإعلامية العربية:

للصحافة العربية موروث لا تحسد عليه بحكم نشأتها في أحضان السلطة، واستمرار تطبيق الكثير مما خلفه الاستعمار من قيود وممارسات معادية لحرية الصحافة وقد أنعكس هذا المورث بشكل واضح في التشريعات والسياسات والممارسات لدرجة تطابقت فيها الأنظمة الصحفية والأنظمة السياسية، والتعامل مع ما ينشر في معظم الصحف العربية وكأنه يمثل وجهات نظر رسمية للحكومات العربية، وقامت بعض الدراسات الإعلامية العربية بدراسة:

- قوانين المطبوعات والصحافة العربية؛
- والعلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية؛
- وتطور الصحافة العربية، خلال مرحلتي الاستعمار والاستقلال.

ومن تلك الدراسات، الدراسة التي قام بها فاروق أبو زيد للأنظمة الصحفية العربية، معتمدة على تحليل مضمون 16 قانون للمطبوعات نافذة في بعض البلدان العربية، وخلصت إلى أنه نظام صحفي سلطوي، ويشكل الاتجاه الغالب للأنظمة الصحفية العربية، ولا يوجد نظام صحفي عربي نقي، لأنه تتداخل في تلك القوانين خصائص الأنظمة الليبرالية، والسلطوية، والاشتراكية، نتيجة للخلط القائم في النظم: السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، في المجتمعات العربية.

وفي محاولة لتطبيق نظريات الصحافة الغربية على واقع الصحافة العربية توصلت الدكتورة عواطف عبد الرحمن إلى أن هناك الكثير من أوجه الشبه بين النظرية السلطوية وممارسات الصحافة العربية، على الرغم من وجود بعض

التشابه بين النظرية الاشتراكية وبين الأوضاع الإعلامية العربية إلا أنها ترى أنه من العسير إن لم يكن من المستحيل تعميم هذه النظرية.

أما النظرية الليبرالية فانها لا تصلح للتطبيق على الصحافة العربية ولا تلاءم مع الواقع السياسي والاقتصادي العربي الراهن حيث تسود الأمية والفقر والتخلف الاجتماعي مع شيوع الأنظمة الأوتوقراطية المتسلطة.

وأوضح حماد إبراهيم أن النظام الصحفي السلطوي هو النظام السائد في الوطن العربي، حيث يبرز احتكار النشاط الإعلامي من قبل السلطة السياسية، وأن أغلب الصحف العربية لا تتسع إلا لوجهات النظر الرسمية، والارتفاع بمكانة صانع القرار المركزي والترويج لسياسات السلطة، والتشكيك في الخصوم أو المعارضين السياسيين وتشويه صورتهم أمام الرأي العام.

وفي دراسة لدور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي انتهى بسيوني حماده إلى أن هناك فجوة حقيقية بين النظامين السياسي والاتصالي والإعلامي وأن هذه الفجوة لا تلغي التبعية، وأرجع هذه الفجوة إلى ميل النظم الاتصالية والإعلامية للإثارة والمبالغة وعدم القدرة على التعبير عن الرأي العام، وغياب المعلومات الموثوقة من السلطة السياسية وعدم اهتمام صانعي القرارات بقراءة ما تنشره الصحف، والنظر إلى الاستجابة لمطالب نظم الاتصال والإعلام على أنه ضعف من السلطة السياسية.

لنخلص بأن أزمة حرية الاتصال والإعلام الجماهيري في الوطن العربي لا تنفصل عن أزمة الديمقراطية حيث تسود الأنظمة السلطوية التي تضع كل السلطات في يد رئيس الدولة، وغياب دور التنظيمات السياسية الشعبية والديمقراطية في إطار عدم التوازن بين السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية

وتحول معظم الصحف العربية إلى أجهزة حكومية مهمتها الدعاية لأنظمة الحكم، وتعبئة الجماهير وحشدها لتأييد سياساتها وممارساتها.

ورغم ما شهدته بعض الدول العربية من تحول إلى نظام التعددية السياسية والصحفية إلا أن الأنظمة الصحفية في تلك الدول لم تتحرر حتى الآن من تراث النظرية السلطوية، حيث تهيمن الحكومة على الصحف المركزية الرسمية، وتمارس أشكالاً مختلفة من التنظيم والسيطرة مثل التحكم في تراخيص إصدار الصحف وتعيين رؤساء التحرير وتوجيه السياسات الإعلامية والتحكم في تدفق المعلومات والإعلانات، علاوة على القيود القانونية التي تجيز مراقبة الصحف ومصادرتها وتعطيلها وحبس الصحفيين إذا تجاوزوا حق النقد الحدود المرسومة له في القوانين النافذة.

ومن الطبيعي أن تسود أنظمة صحفية سلطوية في تلك الدول ذات أنظمة الحكم الأوتوقراطية، ومن غير المقبول أن تستمر المفاهيم الإعلامية السلطوية في تلك الدول ولا بد أن تأخذ بالتعددية وتبنى مفاهيم الاتصال والإعلام الحديثة.

النظم السياسية ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية:

لكل مجتمع من المجتمعات نظامه السياسي الخاص به، ويشمل هذا النظام آليات معينة الهدف منها تحقيق وظائف السلطة السياسية كنظام اجتماعي متكامل.

ومفهوم النظام السياسي هو من الأسس التي يعتمد عليها علم السياسة في دراسته لجميع أوجه الحياة السياسية وتمييزها عن غيرها من مكونات الحياة

الاجتماعية في مجتمع معين بحد ذاته، تلك المكونات التي تتفاعل فيما بينها ضمن المحيط الذي تتفاعل داخله لتكوّن نتيجة لذلك علاقات معينة تربط بين البنى التي يتكون منها المجتمع الواحد.

والنظام السياسي عادة هو مجموعة من المكونات المتتالية وما يجري بينها من تفاعلات تشترك فيها كلها عبر تفاعلها مع غيرها من المكونات التي تشكل تركيبة البنى الأساسية للمجتمع من اجتماعية، واقتصادية، وفكرية، وثقافية، وتشريعية.

وتعتمد درجة اتساع أي نظام سياسي على مدى الحدود المشتركة في الإطارات المتفق عليها سياسياً ضمن نظام معين ملزم وواقعي وممكن التطبيق. ويشمل هذا النظام التشريعي الذي يركز على مدى فعالية القوانين النافذة في حدود معينة، داخل نظام لا مركزي تطبق من خلاله تلك الحدود، والبرامج، والقرارات المتخذة على مختلف المستويات والأصعدة.

والنظام السياسي بمفهومه الحديث أخذ بالتشكل في أواسط القرن العشرين، واعتبر تطوراً منطقياً للعلوم السياسية، وضرورة منطقية لوصف الحياة السياسية ومواقف النظم السياسية ومقارنتها مع غيرها من النظم والمواقف. ودراسة بعض نماذج النظم السياسية للوصول إلى تصور معين عن المواقف السياسية وآليات أداء الوظيفة السياسية للنظام قيد الدرس.

ويعتبر الأمريكيان د. استون، وغ. ألموند من واضعي أسس نظرية النظم السياسية عالمياً. وقد وضع الأمريكي د. استون، في أعماله (النظام السياسي 1953)، و(حدود التحليل السياسي 1965)، و(التحليل المنهجي للحياة السياسية 1965) مدخلاً لتحليل النظم السياسية، التي تشمل: البرلمان،

والحكومة، والإدارة المحلية، والأحزاب السياسية، والهيئات الاجتماعية. واعتبر استون أن النظام السياسي، هو نظام لآليات الضبط الذاتي المتطورة التي تضبط التأثيرات الآتية من خارج ذلك النظام.

وأن النظم السياسية تحتفظ عادة بمداخل معينة تعبر عن نفسها من خلال الطرق والوسائل التي ينعكس من خلالها، وتعبر عن نبضات التطور الاجتماعي، وتأتي تلك النبضات عادة على شكل مطالب اقتصادية واجتماعية معينة، يطالب بها البعض ويؤيدها أو لا يؤيدها البعض الآخر داخل تركيبة المجتمع الواحد.

وتتشكل تلك المطالب عادة وتظهر من داخل الوسط الاجتماعي المحيط بدائرة السلطة الحكومية، أو من داخل النظام السياسي السائد في المجتمع.

وتعبر الشرائح الاجتماعية عن تأييدها للنظام السياسي عن طريق الالتزام بدفع الضرائب، وأداء الخدمة العسكرية الإلزامية، والتقيد بالقوانين النافذة، والمشاركة الإيجابية والتصويت في الانتخابات العامة، والتعاطف مع السلطات الحكومية وشعاراتها المطروحة على الرأي العام.

وبغض النظر عن وجود أو عدم وجود مطالب محددة لدى بعض الشرائح الاجتماعية فإن التأييد العام المعبر عنه من قبل أكثرية الشرائح الاجتماعية، يصبح جزء من كيان النظام السياسي الذي يلتزم بأخذ المطالب المطروحة بعين الاعتبار، بما يتفق ومصالح سائر التركيبة الاجتماعية، وتلتزم السلطة الحكومية باتخاذ إجراءات معينة لا تخل بالمصالح الوطنية العليا للدولة. كتلبية مطالب شريحة اجتماعية معينة بإعادة النظر بسلم الأجور المطبق انطلاقاً من حاجات تلك الشريحة الاجتماعية على ضوء مجريات الأحداث والتطور

الاقتصادي والاجتماعي المحقق. ونتيجة لأداء النظم السياسية لوظيفتها يتحقق شكل للقرار أو الفعل سياسي.

وهذا القرار والفعل يؤثران بشكل معين على الوسط المحيط. ويرتفع التأييد المقدم للنظام في حال إذا كان هذا القرار والفعل يتفقان مع المنتظر والمطلوب من قبل الشرائح والجماعات الكثيرة للسكان. لتتعزز عمليات استقرار هذا النظام. وفي حال عدم تلبية القرار السياسي المنتظر أو المطلوب بالكامل أو جزئياً يمكن حدوث نتائج سلبية تؤدي إلى ظهور مطالب جديدة، يمكن أن تؤدي إلى أزمة جزئية أو كاملة للنظام السياسي. وفي هذه الحالة تتكاثر في المجتمع أوضاع تهدد الاستقرار.

وتشغل المطالب مكانة هامة ضمن المعلومات المتنوعة الداخلة للنظام والتي تظهر الخلفيات المنتظرة ومصالح الناس. وقسمها إستون إلى مطالب توزيعية تتعلق بالرواتب وأوقات العمل، وشروط الحصول على التعليم، والخدمات، ومطالب تنظيمية تتعلق بتوفير الأمن للمجتمع، والتحكم بالسوق... إلخ، ومطالب اتصالية تتعلق بتقديم المعلومات السياسية، وإظهار القوة السياسية وغيرها.

النظام السياسي المنفتح:

وتحت تأثير مجموعة كبيرة من التأثيرات الآتية من الوسط المحيط يتخذ النظام السياسي القائم قرارات تحقق الاستقرار الاجتماعي. وفي حال كانت تلك التأثيرات ضعيفة ولا يملك النظام السياسي عنها معلومات كافية يمكن لهذه التأثيرات أن تدفع النظام السياسي لاتخاذ قرار لمصلحة شريحة اجتماعية معينة وباتجاه واحد، مما يؤدي إلى زعزعة الأوضاع الاجتماعية والاستقرار. وقد يكون

التأثير قوياً ومغرقاً بالمعلومات مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات خاطئة أيضاً تؤدي إلى ردود فعل من خارج النظام السياسي، مبنية على طبيعة السلطة السياسية والمطالب الموجهة لها.

وتتكون ردود الفعل من القرارات السياسية، ومن توزيع السلطات والقيم على شكل تقبل السكان أو عدم تقبلهم لها. لأن القرارات السياسية هي شكل من أشكال التوزيع السلطوي للقيم. وخلافاً لإستون، يرى غ. ألموند أن للنظام السياسي تأثيرات متبادلة كثيرة، نابعة عن التصرفات، الحكومية وغير الحكومية، ومن الضروري دراستها. ويذكر أن أي نظام سياسي يملك تركيبته الخاصة متعددة الوظائف، وكل نظام سياسي يحقق أو يقوم بنفس الوظائف المختلطة بالمعنى الثقافي. والخاصية الهامة تكمن في تعدد وظائف النظام بغض النظر عن المبادئ المعلنة لتقسيم السلطة، لأن الكثير من الوظائف في مختلف النظم السياسية غير مجزأة. وعلى سبيل المثال: تدخل البرلمان في السياسة الحكومية المتبعة، والتدخل بنشاطات الحكومة والرئيس لإصدار القوانين وهو ما يحدث في مختلف دول العالم. والخلط السياسي يكمن في مفهوم أنه لا يوجد سلطة خالصة، لا إدارة رئاسية خالصة ولا أو سلطة برلمانية خالصة.

ويتجاوز نموذج غ. ألموند بعض النقائص في نموذج د. إستون. ويراعي في نموذجه النواحي السيكولوجية الفردية للتأثيرات السياسية المتبادلة، والنبضات الآتية ليس من الخارج، ومن الشريحة الحاكمة، ومن الحكومة. ويورد مثالاً عليها: «إقرار الكثير من المسائل المتعلقة بمصالح ومطالب المواطنين أو استخدام القوة ضد بعض الشرائح الاجتماعية، وقرار شن الحرب».

والحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار وفق غ. ألموند، يأتي من تسييس المجتمع وتعبئة السكان، وتحليل المصالح القائمة، ودراسة عملية تكامل المصالح، والاتصالات السياسية ضمن علاقات متبادلة بين مختلف القوى السياسية.

وللمعلومات الصادرة عن السلطة وظائف تنبع من الأصول الموضوعة للنشاطات القانونية، وأداء السلطة التنفيذية لنشاطاتها الحكومة، وإعطائها الصبغة القانونية، وعن المعلومات الناتجة عن النشاطات العملية للحكومة من أجل تحقيق السياستين الخارجية والداخلية. وبهذا الشكل يرتبط أداء وظائف النظم السياسية بدراسة المواقف وحساب أبعادها وخصائصها، والقرار السياسي لحل المشاكل المكتشفة.

وتوجه هذه النماذج الانتباه للمصالح المتشابكة داخل النظم، وتضارب وتوافق حسابات تلك المصالح من قبل الأنظمة. وتميز تفاعل النظم السياسية المعاصرة مع برامجها المتنوعة. لأن النظام السياسي هو نظام شامل لإدارة المجتمع، مرتبط بالعلاقات السياسية التي تضبط العلاقات المتبادلة بين الجماعات الاجتماعية لتحقيق الاستقرار في المجتمع، والنظام الاجتماعي، واستخدام السلطات الحكومية.

ويسمح مدخل التحليل السياسي بـ:

أولاً: تقديم الحياة السياسية كنظام لتصرفات الناس، وتحديد آلية تأثير الفعاليات السياسية المؤثرة على طبيعة المؤسسات السياسية وهياكلها؛

وثانياً: إعطاء المفهوم السياسي كيان موحد، وفتح المجالات لتحليل الطرق المتبعة للعمل المشترك مع الوسط المحيط، والأجزاء المكونة للطبيعة، الاقتصادية، والثقافية، والتركيبة الاجتماعية؛

وثالثاً: أنها واحدة من أهم الوظائف السياسة الهادفة لتأمين الوحدة الوطنية، والحفاظ على لحمة التركيبة الاجتماعية، وعدم تجاوز المداخلات والاختلافات الكثيرة، وتنوع الاتجاهات في مراحل العمل.

ويمثل النظام السياسي وسائل للتكامل الاجتماعي، وتتضمن تأثيرات متبادلة للاختلافات الاجتماعية حول أداء وظيفة الأقسام الرئيسية للتركيبة الاجتماعية. ويعكس مفهوم النظم السياسية وحدة جهتين سياسيتين وهما: المنظمات والنشاطات، والأفعال والهياكل.

والأشكال تأخذ مدخل منظم توفر إمكانية التحليل المقارن لمختلف وجوهها من:

- أشكال الحياة السياسية؛
- وتحديد مقاييس متفق عليها لوصفها وتحليلها.

وتشكل النظم السياسية مرتبط بتشكل العلاقات السياسية بالتدريج إلى جانب ملامح العلاقات السياسية الحقيقية المتمثلة بـ:

أولاً: الارتباط المتبادل والثابت لمختلف عناصر الحياة السياسية. وإذا كان هذا الارتباط المتبادل غير موجود، يظهر وضع معاكس يهدد وحدة التنظيم، وتؤدي إلى تحلل النظام، ويصبح المجتمع غير قابل للتكامل؛

ثانياً: تنظيم العلاقات السياسية، مع توفير إمكانية تحقيق الاستقرار والتطور. ومعناها تحقيق النظام في المجتمع ليخدم الظروف اللازمة للإنتاج والتغييرات الهادفة في العلاقات الاجتماعية. لأن الحياة السياسية هي ظاهرة نشيطة متجددة، تغيب عنها عناصر انعدام النظام، ومخالفة العلاقات المتشكلة وأساليب ضبطها، لأن أي تطور مرتبط بالأشكال المخالفة للاستقرار. دون أي انخفاض بمستوى التفاعلات السياسية والاجتماعية إلى الحد الذي يمكن أن تظهر معه تهديدات لأمن المواطنين.

وفي حال حدوث تقاعس من قبل السلطات الحكومية عن أداء وظيفتها فإنها ستفقد تأييد المواطنين حتماً، ليبدأ البحث عن بدائل وكقاعدة يتم العثور عليها. لأن الرد يأتي في ظروف صعبة، ويظهر شكلاً جديداً للنظام ليس أفضل وقد يكون أكثر خطراً من السابق.

ثالثاً: للنظم السياسية أساس ثقافي يتمثل بالقيم الجماعية، والشعارات السياسية، والقناعات، المتولدة لدى أعضاء الجماعة السياسية. ويعكس الوحدة والتكامل مع الأجواء السياسية الممكنة من خلال توفر علاقات معنوية معينة، يتمكن الناس من خلالها فهم بعضهم بعضاً.

وتظهر الخبرة التاريخية أن النظم السياسية، مهيأة للاستقرار لفترات طويلة ويتقاسم هذا الاستقرار أكثرية أعضاء المجتمع، وهي موجودة في النظم التربوية. ومن الأمثلة على ذلك: الثقافة السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية التي تخدم قيم الحلم الأمريكي والإيمان بارتباط النجاح الفردي بالجهود والإمكانيات الخاصة، وعلاقته بوطنه كوطن مختار من قبل الله، ويوفر للإنسان

إمكانيات نادرة من أجل تحقيق الذات، وهو موضوع معروف ويمكن قراءته على شعار الدولة، نحن نؤمن بالله، أي الرابطة بين الإيمان بالله والسياسة.

رابعاً: وللنظم السياسية استجابات مشتركة لكل العناصر وضمنها التأثيرات الخارجية. متمثلة بالفاعلية المشتركة، والتعاون الذي يوفر للنظم السياسية إمكانية تعبئة الموارد الضرورية بسرعة لحل المشاكل العامة المشتركة.

وفي هذا المجال تعتمد مساعي الأجهزة الحكومية على مساهمة المواطنين، وتستخدم تأييد المنظمات السياسية والاجتماعية المتنوعة، والأحزاب للحصول على موافقة الرأي العام.

وهكذا ففكرة المدخل الأسلوبي لتحليل الحياة السياسية يتلخص في دراسات:

- النظم السياسية في إطار النظم الأكثر اتساعاً؛
- والبنية التحتية للنظام وعناصره.

ويسمح هذا المدخل بتحديد المصطلحات، وتحديد مفاهيم النظريات السياسية وتحديد علاقاتها المشتركة. وارتباطات النظام السياسي المفتوح، وما يعانيه من تأثيرات متنوعة تعتمد على حقائق داخلية وخارجية، وتدرس العلوم السياسية كل تلك التأثيرات.

والنظم السياسية المتنوعة تملك آليات مختلفة لمقاومة التأثيرات الخارجية، والأزمات الداخلية، والتفاعلات والتناقضات الناتجة عنها، ووجود النظم السياسية يعتمد على ضرورات تعديل السياسة، والنظم. ووجوب حصر

الاهتمام السياسية بالشخصيات والأحزاب عند ظهور الأزمات بطرق حصرها ضمن التفاعلات في المراحل المبكرة ليمكن ضبطها دون خسائر جدية.

الماركنتالية الوطنية بين السوق الحر والدولة

مدخل :

تؤشر اوضاع العراق الانمائية ، أن الولوج في انماط مجتزأة للاستثمار لا تقوي نتائج النمو مالم تُعتمد دفعة قوية big push للتنمية تمثل الحد الادنى من كمية الاستثمار لا تقل نسبتها عن 15 –20 ٪ من الناتج المحلي الاجمالي اللازم لضمان نمو ذاتي مستدام ، وهو امر يسهل تحقيقه في اقتصاد يتمتع بفائض مالي نسبي كالاقتصاد العراقي ، مبتعدين قليلا عن ميكانيكيات الاسعار والتخبط في نظام سوق غير مكتمل في ادواته ومؤسساته ، ليتمكن البرنامج الاقتصادي من تحقيق مستوى من التوازن الامثل ويبعد البلاد عن شبح الركود المستمر والذي تؤشره المعدلات المنخفضة في نمو الناتج الحقيقي غير النفطي الذي لم يغادر في معدلاته مستوى مماثل لمعدلات نمو سكان العراق منذ اكثر من عقدين ونيف من الزمن ، وعلى هذا الأساس فان التغلب على عوائق النمو في العراق بما يمكنها من الانطلاق السريع في طريق التنمية ،فان هذه الدراسة تتناول الأسس النظرية وأطروحات البرنامج الشامل الواسع الذي جاء به الاقتصادي-Rosenstein Rodanمنذ أواخر خمسينيات القرن الماضي والذي ربط تطور الاقتصادات وتحقيق النمو الذاتي المستدام بتوافر مقدار من الاستثمار اسماه بــــــــ -:

أعلى كمية استثمار بأقل قدر ممكن منه وتنصرف هذه النظرية أي نظرية الدفعة الكبيرة على مبدأ إن أطلاق حركة الاقتصاد على أساس الدفعات القليلة لا يحقق في جوهره أي نجاح في مسار التنمية .

وبهذا فان توافر الحد الأدنى من الاستثمار بالشكل الواسع يعد شرط الضرورة لتحقيق النمو الذاتي المستدام المحدد بتوافر قدر من الوفورات الاقتصادية الخارجية التي تسهم في خفض التكاليف. وان هذه المساهمة لاتتم إلا بتنوع الاستثمارات وترابطها واعتماد بعضها على بعض . ومن هذا المنطلق يرى الكاتب في مبدأ اللاتجزيئية للاستثمار أو التكاملية Indivisibilityمضافا إليه الوفورات الاقتصادية الخارجية التي تحققها الكميات الواسعة للاستثمار بحدها الادنى هي اللازمة السابقة لانطلاق التنمية الاقتصادية في البلاد ونجاحها .

وعلى هذا الأساس فان ثلاثة أنواع من حالات اللا تجزيئية او (التكاملية) في الاستثمار مع الوفورات الخارجية، ينبغي توافرها جميعا في الوقت نفسه والتي يأتي في مقدمتها ما يسمى باللاتجزيئية في دالة الإنتاج ، حيث ينصب جوهرها على تطوير بنية تحتية متكاملة تستغرق عادة 30-40% من الاستثمارات السنوية الإجمالية للبلاد وعلى نحو يؤدي إلى خفض معامل رأس المال ويعظم كفاية النشاطات الإنتاجية المباشرة المعتمدة عليها

ويأتي المبدأ الثاني في اللاتجزيئية أو التكاملية بالتركيز عن أهمية الإقلاع عن فكرة الاستثمار في المشاريع الفردية التي تنطوي على مخاطر عالية ومستوى كبير من اللايقين فضلا عن ضعف كفاية وسيطرة المشروع على قراراته والتحول بدلا من ذلك نحو الاستثمار في المجمعات والنشاطات الصناعية، وعلى هذا النحو يرى الكاتب ان منتجات المشروع الواحد قد لاتجد موقعا كفءاً لها في السوق مالم تكن قرارات الاستثمار معتمدة بعضها على بعض أو متكاملة الاعتماد وهو ماتوفره عادة الترابطات الأمامية والخلفية فيما بين المشاريع

المجمعة ، أي إن تنوع المنتجات يولد طلبا متنوعا بنفسه مما يؤدي إلى خفض حــــالة اللايقين وخفض درجة المخاطر في إيجاد الأسواق مما يزيد من حافز الاستثمار ويعظم التمنية في البلاد وبصورة أقوى وأوسع .

ويكمن المبدأ الثالث في اللاتجزيئية في موضوع عرض الادخارات ، إذ إن أعلى استثمار بأقــــل مايمكن يتطلب قدرة عالية من الادخار وان هذه المرونات قد يصعب تحقيقها في البلدان النامية بسبب مستويات الدخل المنخفضة . لذا تؤكد نظرية الدفعة القوية على أهمية إن يكون الميل الحدي للادخار هو أعلى من متوسط الادخار . وان النظرية في جوهرها باتت تبحث في بلوغ نقطة التوازن الاقتصادي بدلا من التحري عن شروط نقطة التوازن الاقتصادي بسبب الطبيعة الملحة التي تقتضيها توافر متطلبات تمويل التنمية من دفعات كبيرة في البلـــدان السائرة في طريق التطور والنمو الاقتصادي المتسارع بعيدا عن ميكانيكية جهاز الثمن .

آلية عمل أنموذج الدفعة القوية في تنمية الاقتصاد العراقي .

ان ضمان روافع مالية مهمة للنشاط الاستثماري الخاص ، يتعاظم فيها عنصر المنحة Grant Element وهو امر ينبغي ان لا ينفصل في الاحوال كافة عن متطلبات تحقيق الدفعة القوية في النمو المستدام والتي تستند على مبدأ اللاتجزيئية indivisibilityالذي يُعد مبدءاً اساسياً في تقرير مقومات النمو الذاتي المستدام بما توفره من اطار ايجابي لنطاق الاقتصاديات الخارجية External Economies الذي يقود الى تعظيم عوائد الانتاج في النشاطات الانتاجية المباشرة، موضحين بهذا الشأن مايأتـي :

النشاط التنظيمي

ان الرافعة المالية التي تكفل نجاح مشاريع النشاط الخاص ومبادراته والتي يُعد وجودها مبدءاً مهماً من مبادئ اللاتجزيئية ، ينبغي لها ان تتزامن مع أسس ومتطلبات هيكلة بعض الاوجه المهمة للنشاط الحقيقي الخاص وباتجاهين:

الاول

اعادة تحديث المناطق والجمعات الصناعية القائمة حالياً التي يمتلكها القطاع الخاص عن طريق توفير تكنولوجيا وأساليب عمل وانتاج وتسويق تغادر العصر التكنولوجي الماضي ، مع انشاء (5 – 7) مجمعات صناعية جديدة في عموم البلاد موجهة لتوليد قدر عال من الترابطات الامامية والخلفية فيما بينها وبين فروع النشاط الاقتصادي القائم ، وهو امر يلبي مبدأ من مبادئ اللاتجزيئية المتمثل بتحقيق طلب مستمر على الانتاج الصناعي المحلي سواء لاغراض احلال الاستيرادات او للتصدير

الثاني: ويتمثل بجانب العرض ضمن مبادئ اللاتجزيئية ويتمثل بتوافر قدر مهم من رأس المال الاجتماعي او البنية التحتية تهيأ للمناطق الصناعية موضوع البحث والتي يعد وجودها مكملاً ملزماً من مكملات النمو الذاتي المستدام لاغراض برنامج الدفعة القوية . اذ لوحظ في العالم اليوم ، ان نمواً قدره 1٪ في البنية التحتية يؤدي لامحال الى نمو يساوي 1٪ او اكثر في الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي ، فضلا عن اسهامه في خفض معامل رأس المال للنشاطات الانتاجيـــة المباشرة

وعلى صعيد النشاط الزراعي الخاص فلابد من اعتماد مناطق استراتيجية زراعية تضمن امن الحبوب في العراق باقتراح انشاء .

7)مناطق زراعية بواقع (1) مليون دونم لكل منطقة بمقدورها توفير (1) مليون طن حبوب ضمن كل رقعة زراعية من الرقع السبع في اطار زراعة حديثة كثيفة يتولاها النشاط الزراعي الخاص بمعونة الدولة لضمان الامن الغذائي للعراق

فضـــلا عن توسيع فكرة المجمعات السكنية وفق المبادئ نفسها ، مما يقتضي دعم نشاط شركات القطاع الخاص والابتعاد عن النشاط الفردي في تنفيذ مثل هذه المشاريع الكبرى .

النشاط التمويلي

ينصرف الرأي في هذا الجانب الى اهمية تفعيل مصارف التنمية الحكومية (الاختصاصية) في العراق وتحويل مهامها من مصارف شاملة الى مصارف اختصاصية حقاً وعلى وفق الأهداف الاساسية التي أنشأت من أجلها تلك المصارف في بادئ الامر ، ونوصي بمايأتـــي :

اولا – يتولى برنامج اعادة هيكلة المصارف الحكومية مهمة تكييف اوضاع المصارف الاختصاصية (الصناعي ، الزراعي ، العقاري) لتأخذ على عاتقها مهام منح القروض الميسرة الى القطاع الخاص وهي القروض التي يرتفع فيها عنصر المنحة من حيث السماحات ومدد التسديد والفائدة وغيرها .. وفي اطار مبدأ اللاتجزيئية في التمويل لانجاح برنامج الدفعة القوية في التنمية .

ثانيا – اعادة هيكل الدعم في الموازنة العامة للدولة واعتماد سلم اولويات لايغفل النشاط الانتاجي للقطاع الخاص عن طريق اسناد رؤوس اموال المصارف الحكومية الاختصاصية الثلاثة ، شريطة ان لاتتحمل الميزانيات العمومية للمصارف المنوه عنها اية نفقات دعم ، وانما تقتصر مهامها على

ممارسة الوساطة المالية وتطويرها بما يخدم أهداف التنمية وضمان العمق المالي للبلاد

ثالثاً : ينبغي ان يتلقى النشاط الاستثماري الخاص في العراق قدراً من المزايا المالية والاقتصادية والحصانات بما يكفل النهوض بـه عن طريق تفعيل القوانين والانظمة والتعليمات السائدة وما يمكن ان يضاف اليها من تحسينات تخدم مناخ الاستثمار الخاص في العراق .

نحو توصيف الاقتصاد العراقي في استيعاب أنموذج الدفعة القوية .

يعرف النظام على انه وحدة معقدة تتكون من العديد من الاجزاء المختلفة تخضع جميعها الى خطة عامة او كونها تخدم هدفاً عمومياً ، وعلى هذا السياق تأتي المدرسة السلوكية الامريكية على سبيل المثال لتطرح مفهوماً للنظام لايتعدى نطاقهُ اكثر من الاحاطة في أن ثمة مقاطع segments مكونة لهيكل النظام ومقاطع هي خارج النظام . وان المقاطع المكونة لهيكل النظام والتي تسمى احيانا بالحدود boundaries او المتغيرات هي التي تكون في مستوى من التفاعلات تعد اكثر كثافة في تصرفها وسلوكياتها مقارنة بغيرها . فأذا كانت تلك الكثافات او الحدود او المتغيرات سياسية فأنها تكون نظاماً سياسياً او ذات كثافات اجتماعية فتكون نظاماً اجتماعياً او ذات كثافات اقتصادية فتكون نظاماً اقتصادياً و هكذا وعلى الرغم من ذلك فأن توصيف النظام الاقتصادي يّعد من المسائل التي لايمكن تجريدها من إطارها المدرسي وتياراتها الايديولوجية المصاحبة لها ، وعلى هذا الاساس تعرف الكاتبة الاقتصادية العريقة جوان روبنسون Robinson في كتابها الشهير الفلسفة الاقتصادية ، النظام الاقتصادي بأنهُ : وحدة تتطلب مجموعة من الاحكام مع توافر ايديولوجية تسوغ تلك (

الاحكام) ومستوى من الوعي يتمتع به اي فرد على نحو يجعله يثابر من اجل تحقيق تلك الاحكام ، وعلى هذا الاساس فلابد من توافر وسائل Devices يتكون بموجبها النظام الاقتصادي وتعمل على تأدية وظائف ثلاثة هي :

الأولى : التي تساعد في تعيين من (هو) اكثر فاعلية في اتخاذ قرار تحريك الموارد وتعبئتها من بين مختلف الاشخاص من متخذي قرارات الخيار الاقتصادي

الثانية : تقوم بتنسيق نشاطات الوحدات الاقتصادية الفردية . بمعنى انها تساعد في تحديد (كيف) تصنع القرارات.

والثالثة : تعمل على جعل متخذي خيار القرار الاقتصادي اكثر سعياً في ترتيب اولوياتهم . أي بمعنى المساعدة في تحديد (ماذا) يمكن الاخذ به من قرارات

وفي هذا المضمار يمكن ملاحظة ان النظم الاقتصادية كافة تشترك في أهداف رئيسة ثلاثة هي:

الاستخدام الكفء والشامل للموارد النادرة ، والتوزيع العادل للدخل (مع التحفظ بكونها حاله نسبية جدا تعتمد الزمان والمكان في تحقيق تلك العدالة) واخيرا النمو في الناتج المحلي الاجمالي عبر الزمن.

ويصبح بالامكان من الناحية المفاهيمية تقسيم الوسائل المشار اليها انفاً Devicesالتي تكون النظام الاقتصادي الى : ادوات tools و طرق methods . وان الادوات والطرق جميعها تجيب على اسئلة (من) و (ماذا) لكي تعبر عن تكوين النظام الاقتصادي

فعلى صعيد النظرية الاقتصادية يمكن لنا ان نستخلص ان هناك ثمة (طريقتين) و (اداتين) متطرفتين في تخصيص الموارد الاقتصادية يمثلان نموذجين مختلفين للنظام الاقتصادي وهما اسواق شديدة التنافس تستخدم الاسعار النسبية في تخصيص الموارد ونقيضها اقتصادات موجهة مركزياً في استخدام الموارد المادية وتخصيصها . اما (الاداتان المتطرفتان) في تخصيص الموارد فهما : الملكية الفردية لجميع وسائل الانتاج ونقيضها الملكية العامة لوسائل الانتاج كافة . وعند إعادة تركيب الطريقة الاولى مع الاداة الاولى فأننا نحصل على نموذج لسوق المنافسة التامة ، وهو نموذج غير موجود على ارض الواقع . وكذلك عندما يتم تركيب (الطريقة الثانية مع الاداة الثانية) نحصل على انموذج موجه او مايسمى بالموديل الدكتاتوري الاقتصادي اصطلاحاً ، وهذا النموذج غير متحقق في الوقت الحاضر .

وعلى أساس ماتقدم عُد توصيف النظام الاقتصادي للعراق ضرورياً لتشخيص مستوى التحول في السياسة الاقتصادية الراهنة بعد تجربة عاشتها البلاد عبر اكثر من نصف عقد من الزمن في خضم اطار دولة ريعية مركزية تتجه اديولوجياً نحو ديمقراطية السوق ولكنها تمسك برصيد الثروة والناتج المحلي الاجمالي بعد ان تأطرت الى حد بعيد بنموذج اقتصادي نيوكلاسيكي او ليبرالي الى حد ما ،وهو الانموذج الذي يرى بحماس أهمية فصل اقتصاد السوق الحر وقطاع الأعمال عن نشاط الحكومة . إذ ساد الاعتقاد بأن دور الحكومة الاقتصادي بأستثناء القطاع النفطي الريعي يقتصر على تأدية ممارسة وظيفة الرقابة والاشراف على النشاط الاقتصادي العام مع تقديم بعض السلع العامة الاساسية وترك النشاط الخاص ليسبح او يغرق بنفسهِ للنهوض بأعباء التنمية . مما جعل فكرة سيادة المستهلك تطغى على فكرة سيادة المنتج سواء على مستوى

الموازنة العامة للدولة او على مستوى الميزانية العمومية في سلوك الوحدة العائلية . وهذا ما يؤكدهُ سلوك الموازنة العامة في طغيان نفقاتها التشغيلية وسيادة الطابع الاستهلاكي الحكومي الممول من موارد النفط الريعية ، مما جعل النشاط الخاص شديد الصلة بالنشاط الاستهلاكي للحكومة والتحصيل السريع للربح ومبتعدا عن ولوج مجالات تنمية الاستثمار الحقيقي مالم تقدمه الحكومة بصورة منحة،اذ يعبر عن ذلك بحلول ظاهرة التطورالسريع لتجارة السلع الاستهلاكية والتمويل الاستهلاكي في اقصى صوره وتدني النشاط الانتاجي الخاص الى اخفض نقطة في تاريخ البلاد الانتاجي . وعلى هذا الاساس طبع النظام الاقتصادي بظاهرة شيوع تحصيل الريع او السعي وراء الريع كما يسمى اصطلاحاً rent seeking ليكون اليوم محور مايفكر به النشاط الخاص في تعاطي نشاطهِ الاقتصادي وتشابكه مع النشاط الاقتصادي للحكومة ، او ربما يمكن القول انه نشاط يتطفل parasitizcبالغالب على النشاط الريعي الحكومي . إذ ينصرف مفهوم تحصيل الريع او السعي وراء الريع: على الطريقة التي تستخدم فيها موارد البلاد الحقيقية من أجل الاستيلاء على الفائض الاقتصادي الذي يتم تحصيلهُ غالباً بصورة ريع مكتسب . فالنشاط الخاص كثيراً ما يسعى الى دفع السياسة الاقتصادية باتجاهات تؤدي الى نجاحات اسمية لاتولد نطاق مستدام من القيمة المضافة ولا توفرفي الغالب مقادير انتاجية او استثمارية مؤثرة تمتلك القابلية والشروط الموضوعية على استدامة التنمية،باستثناء تعظيم تحصيل الريع، كالتمتع بأعفاءات ضريبية كبيرة او الاستفادة من سياسات حمائية واسعة او الانغماس بمسائل تدهور اسعار صرف العملات لتوليد نشاط اقتصادي مرتفع التكاليف لايساير الاستقرار ولايساند التنمية وهي الظاهرة التي اطلق عليها بحق الكتاب Rowley, Tollison and Tullock (1988)في كتابهم الموسوم :الاقتصاد

السياسي في تحصيل الريع او السعي عن الريع ، بأنها نجاحات تؤدي الى تحصيل الريح عبر نشاطات مباشرة غير منتجة

إن الاقتصاد العراقي في ظروفهِ الريعية الراهنة هو احوج ما يكون الى دور اقتصادي للدولة يسهل الشراكة والأندماج مع النشاط الخاص ،عبر تركيبه فكرية ومنهجية اقتصادية تمثل عودة الى الماركنتالية الاقتصادية الجديدة و الترويج لاديولوجيا النشاطات الخالقة للسوق او مايسمى بحركة مناصري نشاط الشركات المشتركة –المؤلفة من ملكية الدولة وملكية الفرد معاً corporatists او بالأحرى ما يمكن تسميته بالماركتنالين الجدد nco-mercantilists وهي النظرة التي ترى في التحالف الاقتصادي بين نشاط الدولة وقطاع الأعمال هو بمثابة تحول حاسم نحو اداء اقتصادي واجتماعي امثل وعال الانسجام والتوافق في توليد نمط راسخ من التنمية المستدامة وتعود بنا هذه الخطوة الى التقليد القديم والتطبيقات الماركنتالية او التجارية للقرن السابع عشر ، إذ يعتقد الماركنتاليون بالدور الاقتصادي النشيط للدولة بغية تحفيز تجارة الصادرات وعدم تشجيع استيراد السلع النهائية وتشييد احتكارات تجارية ان صح التعبير يمكن ان تساعد على تقوية قطاع الأعمال وقوة الحكومة في آن واحد(ولكن كان تحت مبدأ اينما تصل الرايات تصل التجارة وان الراية والتجارة تتحركان معا). و يلحظ ان هذه الفكرة مازالت باقية الى يومنا الحاضر وتعتمدها القوة التصديرية العظمى الصاعدة او الجيوبولتك الجديد ،وبشكل خاص الصين الشعبية التي اقرنت قوة الدولة بالثروة للوصول الى ميزان تجاري فائض ، فضلا عن تعزيزها المستمر للقوة السياسية والعسكرية لها من خلال ابراز دور الدولة– الامة nation stateفي الحياة الاقتصادية او مايصطلح عليه اليوم باقتصاد القوة لأعادة توزيع التراكم الرأسمالي المركزي واستعادة الفائض الاقتصادي التاريخي على الصيد العالمي.

وعلى الرغم من ان آدم سمث واتباعهِ في تفسير ثروة الامم حتى قد ربحوا المعركة الفكرية حتى الوقت الحاضر بين نموذجين للرأسمالية واقصد بهِ نموذج السوق الحر إزاء النموذج الماركنتالي الجديد ، لكن الحقائق على ارض الواقع قد اظهرت كثير من الغموض في اطروحة ثروة الامم . فالنمو الريادي لليابان في العقود الماضية ولاسيما عقدي الخمسينيات والستينيات وكوريا الجنوبية في عقدي الستينيات والثمانينيات والصين منذ مطلع الثمانينيات قد اظهرت اقتصاداتها جميعاً أن هناك دور نشيط للحكومة يؤدى جنبا الى جنب مع النشاطات الواسعة التي يؤديها قطاع الأعمال الخاص . فجميع تلك النشاطات قد حفزت الاستثمار والتصدير بشكل واسع وقللت من فرص الاستيراد . إذ تعد الصين اليوم عند اعلى مستوى من الادخار واعلى مستوى من الفائض الاقتصادي في السنوات الاخيرة بأستخدامها التعاليم الماركنتالية على أوسع نطاق . وان فكرة آدم سمث في كتابه الشهير ثروة الامم (1776) واتهامه للماركنتالين على انهم قوم لم يميزوا بين (الثروة) وبين مايمكن تسميتهِ (بالمذخورات او الكنوز) مشيرا الى ان تراكم المذخورات من الذهب والفضة وتحقيق ميزان تجاري فائض كما كان يريده الماركنتاليون هي مجرد وسائل للحصول على الثروة من السلع القابلة للأستهلاك او الاستعمال قد وجدت ما يناقضها حقا من النماذج الراسمالية.اذ برهنت المدارس الماركنتالية الجديدة على ان النموذج الراسمالي الراهن- المتمثل في تظافر نشاط الدولة والسوق-هو النموذج الاكثر نجاحا في التنمية و الذي تعتمده الاسواق الناشئة في الصين والبرازيل وروسيا والهند هو خلاف المذهب الليبرالي المطلق لثروة الامم.

إن بلادنا التي تهيمن فيها الدولة على نسبه بلغت ربما قرابة 80٪ من الناتج المحلي الاجمالي في الوقت الحضر لتترك نسبة قدرها 20٪ او اكثر بقليل الى النشاط الخاص ، هي اليوم بامس الحاجة الى نظام اقتصادي ماركنتالي جديد يُمكن من اكتشاف العلاقة الوطيدة بين نشاط الدولة الاقتصادي وقطاع الأعمال الخاص للنهوض بالتنمية ويعيد توصيف العلاقة ويعيد هيكلتها بعيداً عن الغموض الذي تقوده المدارس الليبرالية او الكلاسكية الجديدة في دورة الحياة الاقتصادية لامم العالم الثالث ،ولاسيما ان الازمة المالية والاقتصادية الدولية الراهنة قد برهنت الدور البالغ للامم الماركنتالية الجديدة والفكر الماركنتالي في استعادة الاستقرار والنمو الى الاقتصاد العالمي.

ويعكس الواقع التحليلي ، بعد استبعاد القطاع النفطي من مكونات الناتج المحلي الاجمالي،هيمنة القطاع الخاص على نسبة تقرب من 65٪ من اجمالي النشاط الكلي للبلاد ، ولكن من المؤسف حقاً نجد ان 65٪ من هذا النشاط يعبر عن سيادة نشاطات خدمية ضعيفة الارتباط بالنشاط الانتاجي اوالاستثماري الحقيقي مما اصبح السوق حاضنة للبطالة الفعلية . وعليه فأن الاقتراب الراهن بشكل مكثف من الفكر الليبرالي او النزعات الكلاسيكية الجديدة، التي ترى في نموذج الدولة بأنه مجرد وسيلة يتوسل بها حُماة افلاطونيون لسيادة المستهلك كما يقال ذلك في الادب الاقتصادي Platonic guardians of consumer sovereignty لابد من مغادرتهِ حالاً والتحول نحو الاستثمار والشراكة بين القطاعين العام والخاص وعد هذه الشراكة بديلاً ممكناً عبر توافر عوامل مركزية رئيسة هي الاطار القانوني الذي يحكم شراكات القطاعين العام والخاص واجراءات اختيار وتنفيذ الشراكات ودو المالية العامة في هذا السياق والالتزامات التعاقدية التي تستند اليها الشراكة ، فضلا عن

توخي الشفافية والافصاح التام عن جميع المخاطر التي يتعرض اليها المال العام ، اي ان لايكون المال العام وسيلة ميسرة للبحثين عن الريع او تحصيل الريع rent seekersعلىغرار ماهو سائد في الوقت الحاضر . وبهذا يمكن ان تنشأ الشراكة بين القطاعين العام والخاص من خلال عقود الامتيازاوعقود تأجير التشغيل و مشاريع البنية التحتية في مواقع محددة.

ان الشراكة في الدولة الريعية هو الاسلوب الواقعي للتحول من المركزية الاقتصادية الى ديموقراطية السوق ووضع ريع النفط والايرادات العامة في عجلة الاستثمار الحقيقي للاقتصاد الحر وإعادة هيكلة القطاع الخاص وتغيير واقعهِ الهش عن طريق توليد زخم من الشركات الاستثمارية وشركات الانتاج المساهمة الخالقة للسوق والمعظمة للرفاهية الاقتصادية والاجتماعية وتقوية فرص الانتاج والاستخدام في سوق العمل المنظمة وكفالة الفرد بقوة المجتمع التعاوني القائم عليها و بمشتركاته كافة .وبهذا لابد من استبدل النمط الرأسمالي للدولة الريعية من نمط المرحلة النيو كلاسيكية الراهن الذي افقد التطور الاقتصادي مكانتهُ المرغوبة إلى النمط الرأسمالي الماركنتالي الجديد ، وعلى نحو يقوي فرص التنمية بموارد الامة وثرواتها القائمة ويحول البلاد من المركزية الاقتصادية وفراغات الفكر الكلاسيكي الجديد في توصيف حركتي السوق والدولة (وهو النمط الاقتصادي السياسي الراهن الذي افقد البلاد الكثير من شروطها الموضوعية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية) الى نمط معمق من ديمقراطية السوق وعلى وفق رؤية ماركنتالية جديدة ، قوامها توليد شراكة استراتيجية بين السوق والدولة الريعية ، تتظافر فيهما القوة والثروة في جيوبولتك عراقي حديث

وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور

شكّل تطور وسائل الإعلام والاتصال، عبر حقب زمنية متعاقبة، وعلى امتداد تاريخ يتسم بعدم القصر، قفزات واسعة، تجسدت انطلاقتها الصاروخية بمقياس الزمن المتسارع – إن صح التعبير- بداية منتصف القرن العشرين وما تلاها، كان لها أثر بالغ في ظهور قنوات فضائية، متعددة الأغراض والأساليب، غطت عوالم الاتصال المرئي والمسموع والمقروء، فبرزت العديد من وسائل الاتصال التي تقوم على مشاركة المتلقي مثل الوسائط المتعددة، التي مزجت بين الكمبيوتر وخدمات الهاتف والتلفاز مع الصوت والنص المكتوب والمعطيات الإلكترونية الرقمية التي غزت العالم، إذ ما عاد بالإمكان لأحد الاستغناء عن وظائفها، وما تقدمه من إفرازات في التعليم والثقافة والمعرفة، وفي تحديد مسار الاتجاه للإنسان المعاصر، بعد أن تخطت تلك الوسائل كل الحواجز، وأضحى نتاجها الإعلامي في كل بيت وزاوية، فتلاشت بوجهها الحدود السياسية والجغرافية حتى أصبح الإعلام وعلم المعلوماتية، تبعاً لذلك، علوماً لا تحدها حدود ولا تقف بوجهها الموانع والعراقيل، مهما كانت براعة القائمين على ابتكارها، إذ أصبحت محاولات الإيقاف مجرد لعب أطفال، سرعان ما تزول أمام التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال. وأضحى العالم بفضل ذلك التطور، بما فيها بلادنا العربية، سائراً على سكة القطار الوحيد، الذي تميزت محطاته بجاهزية مشاريع الصناعة الاتصالية، وسهولة نقل منتجاتها التي لا تحتاج إلا لقليل من الجهد والاستيعاب فضلاً عن ضرورة توفر الوفرة المالية للشراء والاستيراد! مع غض النظر ولو على استحياء، لما تتركه تلك الأدوات ونتاجها الاستهلاكي من (تبعية ثقافية) وتغريب للهوية عند الشعوب المتلقية لذلك

النتاج القادم بأغلبه من مصادر تفرض بشكل وبآخر - هيمنة إعلامية - من دول الشمال الصناعي والتقني نحو دول الجنوب المستهلك المتلقي، حتى أضحى نتاجها، كالعلامة الفارقة للوجه، بعضه يخلط السم بالعسل، والآخر تتعدد فيه الألوان والأشكال. لكن روح الهيمنة الواحدة هي من يسود والتي تعمل على وفق آلية التداخل الشاملة المتكاملة، بيد أننا لا نستطيع الفكاك منها، إلا من خلال وجود استراتيجيات إعلامية واضحة المعالم، تمنع اختلاط الأوراق، وتبعد الضعف والوهن عن الأداء الإعلامي الذي بسببه أصبحنا عاجزين عن مواجهة ما يحيط بنا من ظواهر وإرهاصات، كان لوسائل الإعلام الدور الأكبر للتأثير المباشر فيها.

وفي ضوء ذلك، نرى أن واحدة من أهم التحديات التي تواجه شعوب العالم الثالث، بما فيها الشعب العربي ومكوناته السياسية ودوله وأدواته الإعلامية العاملة، والتي يجب مواجهتها بشيء كبير من العلم لتقليل الفجوة المعرفية، هي تحديات العولمة، والتطور التقني المتسارع في عالم الاتصال والمعلوماتية وما ترتب عليه من احتكار للسوق العالمية الممسوكة بقبضة حديدية غربية في ظل وجود تلك الفجوة المعرفية التي ما فتئت تتسع يوماً بعد آخر.

ولأجل ذلك – وجدت من المفيد - أن أستعرض البدايات الأوَل لوسائل الإعلام، والقنوات الاتصالية المتعددة الاتجاهات، من حيث النشأة وجذور التكوين، من صحف ومجلات ودوريات وقنوات تلفازية ومحطات إذاعية فضلاً عن الوسائل الأخرى المتعددة الوظائف والوسائط ذات التقنيات الحديثة التي غزت إعلامنا وأسواقنا في آن واحد، مسلطاً الضوء على وسائل الإعلام العالمية والعربية، مراعياً التسلسل التاريخي لتلك النشأة، ومراحل التطور التي شهدتها،

وأبرز روادها، بأسلوب توثيقي، اتخذت من المنهج التاريخي ضمن البحوث الوصفية معياراً لذلك الاستعراض في ضوء ما وقع تحت يدي من مصادر حاولت جاهداً أن ألم بمعظمها فما استطعت لصعوبة التوثيق والأرشفة نظراً لعدم الاهتمام بها سابقاً، وهي محاولة آمل مستقبلاً، تطويرها بما يتلاءم ودور الإعلام العربي تحديداً، الذي لا يقتصر على شرح قضايا الأمة العربية ونقل حاجات المواطنين بصدق وشفافية، بل ويساهم في إعادة الفكر العربي، وتجديد أطره في ضوء المخزون المعرفي والحضاري الذي تمتاز به أمتنا فضلاً عن العودة إلى المنبع الصافي لمناهل العلم فيها، مستفيدين من ثورة التكنولوجيا والاتصالات التي تتيح له القدرة على إيضاح الحقيقة وتجفيف بؤر التضليل.

وتأسيساً لما تقدم، قسمت مواد الكتاب على ثمانية عشر فصلاً. تناول الفصل الأول المدخل إلى تاريخ الإعلام ووسائله، وجذور ذلك الإعلام وامتداداته، ووظائف كل وسيلة والآثار السلبية والإيجابية لكل منها. فيما كُرس الفصل الثاني لنشأة وتطور الطباعة والعوامل التي أثرت في تطورها. فيما تناول الفصل الثالث نشأة الإعلام المقروء ومفهوم الصحافة وبدايات الصحافة العالمية والبدايات الأوَل للصحافة العربية، (مصر – لبنان – السعودية – اليمن – الجزائر – عُمان – سورية – البحرين – السودان). وكُرس الفصل الرابع للإعلام المقروء في الأردن، مع كشاف للصحف والمجلات الأردنية فضلاً عن تسليط الضوء على عدد من صحفها اليومية والأسبوعية ووكالة أنباء بترا. وتناول الفصل الخامس نشأة الإذاعة والتلفزيون الأردني، بمختلف مراحلها، كأنموذج لتلك الوسيلة الاتصالية. بينما كُرس الفصل السادس للتعرف على جذور الصحافة الفلسطينية والمراحل التي مرت بها، ناهيك عن التعرف على طابع الصحافة المطبوعة في الخارج. وتناول الفصل السابع تسليط الضوء على

البعض من ملامح الصحافة الحزبية ومفاهيمها، وأبرز صحفها في العقد الخمسيني من القرن الماضي والقرن الحالي أيضاً. فيما كُرس الفصل الثامن لتناول الصحافة النسائية والصحافة المتخصصة سواء أكانت الصحافة الأدبية أم الصحافة الاقتصادية والتجارية. وخصص الفصل التاسع لوكالات الأنباء العالمية والعربية في آن واحد. بينما جرى تخصيص الفصل العاشر لنشأة الصحافة الإلكترونية وسمات الإعلام الإلكتروني. فيما تناول الفصل الحادي عشر، نشأة الإذاعة وتاريخها، ونشأة الإذاعات الخاصة ومزاياها وعيوبها، مع التطرق لنماذج من الإذاعات الخاصة حديثة التأسيس وتعزيز الفصل باستبيان ميداني حول أهمية الإذاعة في حياة المواطن. أما الفصل الثاني عشر فقد تناول نشأة الإعلام اللبناني والجزائري والقطري والكويتي، ونشأة الإعلام الرياضي، فيما تناول الفصل الثالث عشر البدايات الأولى لصحافة الخليج العربي وصحافة لبنان المطبوعة. وكُرس الفصل الرابع عشر لمعالجة ظاهرة البث الفضائي وكيفية نشوئها، وقنوات البث الفضائي وتصنيفها، فضلاً عن نظام البث والتغطية الجغرافية بقراءات إحصائية موثقة. وتناول الفصل الخامس عشر نشأة وتطور السينما العالمية والعربية، وأثر التكنولوجيا الحديثة والثورة التقنية عليها. فيما كُرس الفصل السادس عشر للحديث عن نشأة الفضائيات الإخبارية ونماذجها، وبدايات ساحة الصراع فيها. وتناول الفصل السابع عشر، نشأة وتطور الإنترنت واستخداماته وشبكاته. فيما خُصص الفصل الثامن عشر لموضوع نشأة التجارب العربية للرسائل الإعلامية في موقع الفيسبوك، ودور الإعلام الاجتماعي في بناء الإطار المعرفي.

كما أن هذا الكتاب – بتقديري المتواضع – أجده محاولة أولى يتيح لطلبة الصحافة والإعلام ومختصيه ولغيرهم من المهتمين بشؤون الاتصال، معرفة

حقائق النشأة للوسائل التي يتعاملون معها أو العاملين فيها، لأن من لا يعرف ماضيه، لا يفهم حاضره، ولا يستطيع استشراف مستقبله بشكل صحيح، ويمكن لكل ذي رؤية حصيفة أن يُدرك كم هو مروع غياب الحس النقدي لمن لا يعرف الأصول المساهمة في تكوين بنائه، ويُبصر آثارها في حاضرنا وغدنا الثقافي، أي باختصار تنميط معرفتنا التاريخية للإعلام وأدواته بغية وضع لبنة صحيحة في المعمار الذي ننشد التأسيس الأكاديمي والمعرفي له، وهذا ما نحاول جاهدين السعي للوصول إليه.

تطور وسائل الاتصال:

هل سيسهم في انحسار الإعلام الورقي والقضاء على الكتاب؟

لعل تطور وسائل الإعلام الحديثة وانتشار مصادر الثقافة العربية والعالمية الالكترونية أسهما على نحو مباشر في انحسار الإعلام الورقي وسيادة وهيمنة الالكترونيات والمواقع الالكترونية الثقافية على الشبكة الدولية للمعلومات/ الانترنت./

وربما نشهد قريبا تقلص او حتى انقراض مؤسسات الطباعة والنشر في زمن ظهور مواقع الكترونية تعنى بنشر الدراسات والنصوص الأدبية والمتابعات النقدية على الشبكة العنكبوتية ما يثير أسئلة مشروعة مفادها .. هل تهيمن الثورة الرقمية والمعلوماتية على واقع الثقافة الورقية أم يظل المتلقي يخضع للتقاليد السائدة التي تجعل من الكتاب هو المصدر الوحيد لاثراء الثقافة ومنتجها / الأديب والكاتب/ ؟

ولاجل الإحاطة بهذه ومعرفة الإجابة عن هذه الحقيقة.. استطلعت الوكالة الوطنية العراقية للانباء /نينا/ آراء عدد من الأدباء والكتاب الشعراء والروائيين والنقاد لمعرفة كيف يقيمون مستقبل المشهد الثقافي إزاء ما يحصل الان من تحولات تكنولوجية.

يقول الشاعر والناقد علي سعدون « ان التطور الهائل للتكنولوجيا في السنوات الأخيرة ، له انعكاسات مهمة وفاعلة على المثقف العربي واعني هنا على وجه التحديد (منتج الثقافة) الذي لم يكن يعاني تخلف الأدوات الطباعية ، واليات استخدامها فحسب ، وإنما وهذا هو الأهم بتقديري الشخصي ، قدرة

المؤسسة الثقافية أو الإعلامية على تحجيم دور الأفراد المنتجين لتلك الثقافة أو لذلك النشاط الإعلامي ، بسبب استحواذها على تلك الاليات ، والتي يقف أمامها الكاتب بالعجز التام في إمكانية تقديم رؤيته مطبوعة ومقروءة إلا فيما يخص عدد قليل جدا ممن يمتلكون القدرة على تجاوز هذه العقبة ماديا من خلال الولوج الى دور النشر الكبيرة وهي خارج العراق بالطبع.

ويضيف « لهذا السبب ولدواع أخرى ، يكتسب التطور التكنولوجي وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية أهمية كبيرة لإتاحتها فرصا للنشر للكثيرين ممن لم تتوفر أمامهم فرصة للنشر قبله."

ويشير الى قضية ذات بعد آخر ساهمت فيه الصحافة الالكترونية أو الإعلام الالكتروني بشكل واسع وكبير ، وهو ما يجعل من الخارطة الإبداعية أكثر تغيرا وتحولا عن مسارها المحدد القديم ، ويقول « كان المركز (بغداد) مثلا يكتسب الصفة المعنوية والثقل الثقافي وبدونه لا يمكن ان ينجز المثقف شيئا ذا قيمة ، بسبب انه في الهامش البعيد عن المركز (بؤرة الضوء) ، الأمر الذي تغير كثيرا اليوم لسهولة إيصال المادة ونشرها وظهورها وصولا الى شيوعها من دون الحاجة الى وجود مركز للثقل الثقافي او الإعلامي ، بمعنى تحول المادة الإبداعية القادرة على الإقناع وتحقيق الفائدة والمتعة ، وهذه ستعني ان القضية لم تعد قضية مؤسسة ، ولا قضية هامش ومتن ، إنما أصبحت المادة ذاتها من تتحكم بوجودها المركزي وثقلها النوعي ، وليس العكس.

وتابع « على الرغم من التطور التقني في استخدام الانترنت وولوجه الكبير في مفاصل الثقافة والإعلام ، وتوفيره لسبل كثيرة لن تقف عند حدود توفير المصادر بسهولة ويسر للباحث والقارئ على حد سواء ، إلا ان الحاجة

للكتاب الورقي لما يوفره من متعة وجهد في القراءة والتصفح وتدوين المعلومات وما الى ذلك ، ما يزال يتمتع بأهمية ورواج كبير."

ويسرد سعدون مثالا على ذلك " ما يزال الإصدار الورقي للصحافة يتمتع بدرجة من القبول ، الأمر الذي يفسر تصاعد وتيرة مبيعات بعضها ، كذلك في دور النشر الكبيرة التي تعنى بالإصدارات الرصينة ، التي تعمل على حماية انتاجها من الشيوع وفق آليات كثيرة ومتنوعة ، لذا يمكننا القول بوجود تنافس كبير بين الاثنين ، تنافس ايجابي ومحبب للنفس."

الإعلام والاتصال الجماهيري!!!...

محاضرة علمية أكاديمية في مجال علم الإعلام قدمها دكتور خالد ممدوح العزي

الإعلام: هو مصطلح يطلق على أية وسيلة أو تقنية ومنظمة أو مؤسسة أو أخرى غير ربحية ، عامة أو خاصة رسمية وغير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات والأخبار المختلفة ؟؟؟العلمية والثقافية والاقتصادية ،خصوصا بعد حصول الثورة التكنولوجية الحديثة التي تقوم هي بهذه المهمة ونقل الأخبار إلى وسائل من خلال وسائل الإعلام ،والمؤسسات التي تديرها وسائل الإعلام،لان نقل الخبر أو المعلومة حاجة ضرورية لكل الذين يحاولون معرفة الخبر ومتابعة المعلومة

الإعلام هوكل من الصحافة المكتوبة وكل الاختراعات التكنولوجية الحديثة ابتداءً من المذياع، وتعريجا على التلفاز وانتهاء بشبكة الانترنت مرورا بالمواتف النقالة ،والاتصال الجماهيري"الفيس بوك، والتويتر،واليويتويب"التي تستخدم بين سائر الجماهير والتي يتم التواصل بين كافة المستخدمين لها بطريقة سريعة ودقيقة الإعلام إذا في المعنى اللغوي للكلمة المشتقة من فعل اعلم(3) ،إعلاما ،بمعنى اخبر إخبارا ،ومن هنا المصطلح الإعلامي لذي خرج للتداول في لغة الإعلام ونقل الخبر ،فالإعلام يهتم بنقل الأخبار والمعلومات بحرية وموضوعية من خلال كل الوسائل والرسائل العلمية المتعددة لوسائل الإعلام. لغة الإعلام في العالم العربي هي اللغة العربية الأدبية "الفصحى"، والعالم كله يدرس الإعلام في جامعاته ومعاهده بلغة البلد الأصلية، فاللغة الأجنبية هي لغة إضافية يتقنها الإعلامي كي يستطيع العمل بها.

وسائل الإعلام وأنواعها

لقد تطورت وسائل الإعلام التي ابتدأت بالخروج إلى العلن من خلال الجرائد المكتوبة ، التي انتشرت مع بداية العام 1605 م.

لكن اليوم نحن دخلنا في قلب القرن الواحد والعشرون فأصبحت الوسائل الإعلامية منتشرة بشكل أوسع ،وتظهر للعلن بشكل مباشر من خلال تطور المحطات الفضائية، »الإعلام المرئي والمسموع ودخول التكنولوجيا الحديثة إلى عالم الإعلام من خلال التكنولوجيا المعلوماتية : كالأقمار الاصطناعية ، الانترنيت ، الهواتف النقالة والذي بدأنا نعيش بعصر الشاشات .

لكنا للصحافة المكتوبة في العالم أهمية خاصة، عن كل وسائل الإعلام العام ككل بسبب التاريخ الطويل لها ولنضالها المرير على مدى العصور، إضافة لتعود الناس عليها وعلى أخبارها.

الإعلام المكتوب أصبح اليوم موجود في كل العالم وفي متناول الجميع بسبب تطور وسائل الاتصالات ولمعرفة اللغات المتعددة للبشر التي تسمح لهم الاتصال فيما بينهم. فالإعلام المكتوب، أصبح اليوم موجودا في كل لغات العالم ويعالج نفس المشاكل ومتداول بين الجميع. بالرغم من انتشار الوسائل الإعلامية الحديثة كالإذاعة والتلفزيون ، إلا أن المطبوعة(4) كالصحف والمجلات لا تزال لها رونقها وشعبيتها.

الإعلام المكتوب:

لايزال الإعلام المكتوب يحافظ على موقعه ودوره الريادي عالميا وأكاديميا ،باعتباره هو الأقدم بين وسائل الإعلام، والركيزة الأساسية للعمل المكتوب هو

الصحافي ، فان تطور الصحافة بمختلف أنوعها، بظل التطور التقني والتكنولوجي لوسائل الإعلام كافة ،لكن الإعلام لا يزال هو المرجعية الأساسية للعمل الصحافي ومرجعا أساسا للباحثين والكتاب والأكاديميين ،الذي أصبح اليوم موجود في كافة لغات العالم وفي متناول الجميع بسبب التقنيات الالكترونية ومعرفة اللغات الأجنبية المختلفة التي باتت تسمح للعديد من الاطلاع عليها بسرعة

المطبوعات :

تتميز المطبوعات عن باقي الوسائل الإعلامية(6) الأخرى بما يلي:

1-القدرة التي تتمتع بها المطبوعة من بين وسائل الإعلام ، على الاحتفاظ بالمعلومات التي تحتويها أطول مدة ممكنة مقارنة مع الوسائل الإعلامية الأخرى، لان المطبوعات تتيح بدورها لمستقبل الرسالة الإعلامية من مشاهدة المطبوعة لأكثر من مرة أثناء القراءة أو العودة إليه عند الحاجة والتي تسمح للقراء في الإمعان والمقارنة والتدقيق بالمعلومة المطبوعة في الصحيفة .

تتميز المطبوعات أكثر من غيرها بقدرتها على التعريف بالمادة المتناولة ومضمونها .

لا تزال المطبوعات بمختلف أنوعها تستخدم بنجاح من قبل الجماهير العامة وفئات المثقفين.

للمطبوعات القدرة الأوسع في تغطية الخبر من حيث المساحة المتاحة لها لجهة التفاصيل والمقارنة والدلائل، مقارنة بالوسائل الأخرى

تتميز المطبوعات، بلغتها، وكلماتها، وعباراتها المميزة عن الوسائل الأخرى.

الالكترونية

تعتبر الصحافة الالكترونية اليوم هي الأكثر انتشارا في العالم بين الجماهير والأسرع في البث، ونشر الإخبار وترجمتها إلى كافة لغات العالم بشكل مختلف عن باقي وسائل الإعلام الأخرى

الاخبار

هي التي تشمل على كل الأحداث السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والجرائم ، الأعمال الرياضة، وربما أخبار الطقس ،والكاريكاتير والكلمات المتقاطعة، وتأخذ أشكالا متعددة مثل المقالات والأعمدة والصور.

الصحافة كسلطة رابعة

هو مفهوم يستخدم ويطلق على كل وسائل الإعلام المختلفة ، ولمقارنة الصحافة بفروع السلطات الحكومية الثلاثة : التشريعية والتنفيذية والقضائية، تحتل الصحافة السلطة الرابعة : لاعتبار الصحافة هي السلطة الرابعة في المجتمعات الراقية لكونها لا ترتبط بأي التزام رسمي، فهي حرة تعمل على نقد الكل والجميع وكشف كل شيء أمام المواطن العادي

حرية الصحافة

حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة في العام 1993، اليوم العالمي لحرية الصحافة، العيد الجديد لحرية الصحافة العالمية، و ليكون مناسبة هذا اليوم الواقع في 3 أيار للاحتفال بحرية الصحافة وتقييم أوضاعها العامة. لان

ضحاياها بتزيد مستمر عالميا، وهنا لابد من الإشارة إلى التقرير السنوي لمنظمة مراسلون بلا حدود وهذه المنظمة التي تعنى بشؤون الإعلام والإعلاميين والتي تؤكد في تقريرها بالانتهاكات الواضحة التي يتعرض لها الإعلام والإعلاميون، والتي هي بتزايد مستمر لان عدد ضحايا الإعلام يتزايد في هذا المقارنة مع العام الماضي، إضافة لاعتقالات شنيعة تمارس ضد الصحافيين في العديد من دول العالم وخاصة الدول الشمولية والاستبدادية، وحتى دول العالم الحر منها .

حرية الإعلام:

الحرية الإعلامية تعني الالتزام العام الصحافي بالقوانين العامة للأخلاق المهنية ،والإعلام على المستوى العالمي بقضايا الإنسان والإنسانية، وبالقضايا العالمية الكبرى التي يجب توضيحها بنزاهة وشرف للجماهير ، التي تجبر الإعلاميين على الالتزام والنضال من اجل إظهار الحقيقة، للإعلام دور أساسي وممارسة منهجا مميزا من الخطاب الإعلامي الذي يتبنه بشكل عام، والذي يلتزم القضايا الاجتماعية والإنسانية والتي تجبره على تبني سياسة واضحة وملتزمة بمواضيع الجماهير الشعبية .

قوة وتأثير الإعلام:

لم يعرف العالم قوة تأثيرية(8)، سابقا اقوي وأعظم من قوة الإعلام وخاصة في زماننا هذا بسبب قدرته اليوم من التأثير على نفوس الجماهير والوصول إلى اكبر شريحة منها لكي يتحكم بها وبنفوسها ، فقد أصبحت الدول تتقوى بإعلامها الموجه لخدمة لمصالحها وتوجهاتها الاقتصادية ... فاليوم أصبح العتاد العسكري والمجهود الحربي الضخم والاقتصادي وحده لا يخدم صانعيه بمثل ما يفعله الإعلام بتوجهات الفكرية للجماهير العامة....

الإعلام الكمي والنوعي

تسيطر على العالم اليوم كمية هائلة من وسائل الإعلام العالمية، والتي لها قوة التأثير الإعلامي" الكمي" للمواضيع وللمعلومات المستخدمة في التكرار والاستنتاج من خلال العديد للبرامج التي تعرض على المحطات الفضائية العامة ، فإذا أردنا مراقبة القنوات الموجهة إلى مجتمعنا العربي، فإننا نرى بوضوح السيطرة الكبيرة والقوية على شريحة من الناس، والوصول إلى الجميع في داخل بيوتهم، في بث ونشر الأخبار والأفكار ألموجهها (المرسلة) إلى متلقيها (المستقبل)التي تعبر عن انعكاساتها وتوجهاتها السياسية والإيديولوجية المرسلة لهذا الجمهور. فإن عملية التشابه الفعلي للإعلام الموجه إلى الجماهير، ومن خلال المراقبة المستمرة لوسائل الإعلام المرئي في عملية بثها المنضم الذي يعني بعدم إعطاء فسحة بسيطة من اجل التفكير، وسحب كل الفرص من أمام المشاهد العربي لعدم تمكنه من تكوين فكرة أو وجهة نظر خاصة به، لتكون فكرة مستقلة به، و الخروج برؤية واضحة من خلال هذا الكم الهائل من بث المعلومات . هنا نرى بوضوح غياب العمل" النوعي للمحطات الفضائية، من اجل مساعدة المشاهد في مشاهدة البرامج النوعية المخصصة له، والتي يستطيع في المستقبل بفضلها تكوين فكرته الخاصة والمستقلة من خلال التوجه النوعي لأعمال الفضائيات

الاتصال والإعلام:-

الإعلام جزء من كلية كاملة اسمها الاتصال(10)، فالاتصال عام لا يشمل اتصال الإنسان بأخيه الإنسان فقط، بل الحيوانات والطيور يتعداه إلى

الاتصال بين مخلوقات الله غير المرئية وكذلك الاتصال الحاصل لدى الأسماك والحشرات كحركة النحل والنمل وهجرة الطيور...؟

تطور وسائل العلم والنقل الفني والتكنولوجي الذي تطور تدرجيا،من خلال تطور الإنسان نفسه والبشرية عامة،فإن استمرار التقدم الصناعي في العالم يعني التقدم البشري في نقل وتطور المعلومات الصحافية، فالتطور التقني والتكنولوجي يعني :" النقل الحر والنوعي للمعلومات وإيصالها إلى الجماهير."

الاتصال

الاتصال هو تكنولوجيا نقل المعلومات وإرسالها للمكان المطلوب وبفضل تطور نوعية الاتصالات التكنولوجية الحديثة التي تشمل وسائل الاتصال الاجتماعي ،وهنا نوفق الفكرة التي تنص:" على أن التكنولوجية أصبحت إيديولوجية"، وهذه النظرية نجحت في ثورات ربيع العربية ،لان وسائل الاتصال الاجتماعي(11) هي التي شجعت الشارع على الثورة والتي كانت ي الرابط الفعلي بين كل المنسقات الشبابية التي قادة حراك الشعب.

الاتصال الإنساني

هي العملية التي تنقل بواسطتها الأفكار بداءً من الرموز والإشارات والطقوس والعادات والتقاليد الدينية والثقافية وصولا إلى الأقمار الاصطناعية والانترنت في عالمنا الحاضر .

إذا أضحى الاتصال الذي يشكل محورا أساسيا في التلقي البشري فيما بينهم وتعتبر ثورة الاتصال شكل تطورها الطبيعي بجميع وسائلها القديمة

والحديثة، ويعرف مفهوم الاتصال بأنه عملية تبادل المفاهيم بين الإفراد والجماعات : الخطيب' المرسل 'والجمهور' المرسل له"

الاتصال.:

إن التطور الفعلي والحقيقي لعمليات الاتصالات ناتجة بالدرجة الأولى تعبر عن تطور المجتمعات البشرية بالأساس ،فان إيجاد السبل والإمكانيات الفعلية في لغة التواصل والتخاطب، سواء كانت عملية الاتصالات من خلال صورا اصطناعية او طبيعية ، مثل العروض السينمائية ، التلفزيونية ،والمسرح ، الهواتف الثابتة والمحمولة،...الخ

وسائل الاتصال الموجه ' الوسائل الشفوية وتشمل

- ✓ الاتصال المباشر بين شخص وآخر، / الاتصال المباشر ./
- ✓ الاتصال الجماعي بين شخص ومجموعة من الناس،أو بين مجموعات البشر نفسهم، / الاتصال الغير مباشر./
- ✓ الاتصال بين الحضارات والثقافات المختلفة.

إذا كانت وسائل الاتصال المباشر تعتبر هي المحادثة والتكلم والإشارات والرموز، فان وسائل الاتصال الغير مباشر هي المخاطبة أو التوجه للجماعة من وسائل الإعلام والخطابات والخطب ، المنابر الثقافية والدينية ... الخ .

أما وسائل الاتصال والمعرفة عبر الحدود من خلال اللغات المتعددة للجماهير العامة والأفلام والدراسات في الخارج والمحاضرات والكتب المترجمة .

الاتصال وخصائصه:

عملية مستمرة؛ هي تفاعل اجتماعي من نظام من الرموز؛ وتكنولوجيا الأبعاد الاجتماعية.

الاتصال يعتبر بحد ذاته ، عالم كامل متنوع يتعدى فيه الاتصال بالآخرين ويشمل أيضا الجماعة والمخلوقات الأخرى من خلال:

- ✓ الاتصال المباشر مع الإنسان ألفرد للفرد."
- ✓ الاتصال مع الجماعة و يشمل مجموعات البشر وهو غير مباشر.
- ✓ انعكاس التأثير بينهم من خلال اتصال الحضارات والثقافات الأخرى.
- ✓ الاتصال ودوره

الاتصال يشكل محوراً أساسيا وحيوياً لوجود وتطور المجتمعات البشرية(13)، بوصفه يحمل معظم عمليات التفاعل الإنساني على شكل الجدول التالي :

الإعلام ووسائله:

إن وسائل الإعلام كثيرة ومتنوعة جدا، وقد زاد الاهتمام الفعلي بدارسة هذه الوسائل كاعلم أكاديمي مستقل يستقطب شريحة واسعة من المتخصصين. فان دراسة الوسائل الإعلامية، وتحديد خصائصها التي تتميز بها كل وسيلة من الوسائل وقياس مدى تأثيرها على الرأي تقسم الوسائل الإعلامية إلى الوسائل التالية:

الوسائل المطبوعة

وهي تشمل كل من الصحف والمطبعات والمجلات والدوريات والكتب والنشرات والكتيبات واللافتات والملصقات

الوسائل السمعية

وهي تشمل الإذاعة والتسجيلات الصوتية المختلفة وغيرها من الوسائل التي تعتمد على عناصر الصوت وحده.

الوسائل البصرية

وتشمل المعارض والنصب التذكارية والإعلام واليافطات وللافتات وغير ذلك من الوسائل التي تعتمد على حاسة البصر وحده

الوسائل السمعية والبصرية:

وتشمل كل الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة كالفضائيات ، على التلفزيونات ، السينما ، الروليك المتحرك على الشوارع ، شبكات الانترنت

الاتصالات :

تشمل كل الاتصالات على التالية

- ✓ وسائل الاتصال الفردي وهي المحادثة، التكلم بالإشارة والرموز.
- ✓ الاتصال الغير مباشر، هي مخاطبة الجماعة من خلال وسائل الإعلام والخطباء والمحاضرات، المنابر الدينية والثقافية الخ ...
- ✓ وسائل المعرفة عبرا الحدود من خلال اللغات، الترجمة، الكتب،الأفلام ،الدراسة الخارجية والمؤتمرات .

وسائل الاتصال والإعلام ودورها في ترقية المجتمع

تمثل وسيلة الإعلام والاتصال،الأداة التي تتم بها الرسالة الإعلامية،أو هي القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل الى المستقبل.

ففي أية عملية اتصال،يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته،إما شفهياً او بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري(سمعية،بصرية)..

ولا يغيب عن الذهن،بان الوسيلة ليست هي الآلة او الجهاز بحد ذاتها فقط،ولكنها تتمثل أيضا في هيكل التواصل كله،أي بمعنى ان الصحيفة(مثلا) بدون مطبعة،وبدون موزع،لا تعتبر وسيلة اتصال.ومن جهة أخرى،قد يكون لوسائل الاتصال والإعلام معنى مزدوجاً عندما نشير الى الطابع الوكيلي أو الوسيطي لوسائل الاتصال والإعلام مثل،التلفزيون والراديو والصحافة..الخ.

كما قد يتخذ معنى المحيط او الوسيط او الجو العام الذي تتدرج ضمنه الأخبار،والإعلانات..الخ. إن وسائط الاتصال او الإعلام باعتبارها" وسائط" ينطبق عليها وصف العالم"ماكلوهان" لوسائل الاتصال بأنها"امتدادا للإنسان،ولكن لكونها"الوسيط" فإنها تتفق أكثر مع العبارة الشهيرة التي قالها"ماكلوهان":"الوسيلة هي الرسالة".

ونحن بدورنا نعتقد انه يمكن الجمع بين المدلولين،اذا اعتبرنا ان طبيعة الوسيلة هي جزء هام من الرسالة الإعلامية،ولكنها ليست كل الرسالة،بمعنى إذا كانت للرسالة وخصائصها الذاتية أهمية كبيرة في التأثير على المستقبل،فانه قد يكون لوسيلة الرسالة دور حاسم في ذلك،وقد يصل الأمر الى حد يجعل لكل وسيلة رسالتها وذلك بالرغم من الانطلاق من نفس الفكرة،ومن نفس المفهوم

والهدف.وتختلف النماذج التحليلية لعملية الاتصال والإعلام تبعاً للتراكم التاريخي المعرفي حسب منظور التخصص الذي عولجت من خلاله،ويتضح من خلال تاريخ دراسة الاتصال والإعلام،ان عملية الاتصال والإعلام تشتمل دائما على:المرسل،الوسيلة،المستقبل،وهذا المنظور الثلاثي،تتضمنه نظريات ونماذج الاتصال كلها الى درجة ان بعض المفكرين من آمثال،كوهن" أسموه"الإطار المرجعي" الموجه لتفكير العلماء منذ عهد أرسطو حتى الآن أثناء تطويرهم لنظرياتهم ونماذجهم.ومنـذ الربع الأخير من القرن العشرين،تحولت بؤرة الاهتمام والتركيز من المرسل–والوسيلة–والمستقبل،أي من منظور ذي اتجاه واحد إلى إطار دائري او حلزوني،ومن نظرة ثابتة الى طريقة دينامية شاملة متعددة العناصر والاتجاهات.ومن أهم النماذج التي وردت في هذا الميدان هو نموذج العالم"روجرز وكفكايـد،المعروف بنظرية"التلاقي للاتصال" التي يمكن تلخيصها في عملية تبادل متتابع للمعلومات بيم فردين يهدفان للوصول الى فهم مشترك للموضوع.وفيما يلي محاولة للتعرف على العناصر التقليدية للاتصال والإعلام:

1. المرسل:هو صاحب الرسالة(مصدرها) او الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت فردا او جماعة او هيئة معنوية او جهاز..الخ
2. المستقبل:هو الذي توجه له هذه الرسالة سواء كان فردا او جماعة او هيئة معنوية..
3. الوسيلة: هي قناة الاتصال التي تؤدى بها الرسالة الإعلامية سواء كانت هذه الرسالة صحيفة،إذاعة،تلفزيون،فاكس،إنترنت،خطبة،أو معرضا..الخ.
4. الرسالة:هي المضمون او الجوهر الذي تؤديه الوسيلة والمادة الإعلامية نفسها. تطور وسائل الاتصال والإعلام: وجدت وسائل الاتصال والإعلام

بوجود هذا العالم،واجتازت مراحل تطور عديدة،أفرزت عـدة أنواع متفاوتة في الكم والكيف والنوع والمدى.ففي العصور القديمة،كانت وسائل الاتصال تتضمن الطبول والدخان والنار والخيالات،إضافة الى الحفر على الأحجار والأشجار والألواح والأعمدة المنصوبة في المعابد او الميادين العامة. ومن جهة أخرى،كان التجار في القديم يحملون معهم في أسفارهم الأخبار،وكان المنادون ينشرونها ويعلنون أوامر الحكام.ويمكن إضافة وسيلة هامة أخرى الى جميع هذه الوسائل المتقدمة،هي وسيلة الاتصال الشخصي.وقد جعلت الحروب والغزوات والهجرات الناس كافة أكثر اتصالا ببعضهم البعض،حيث بدءوا يختلطون بالأغراب ويستمعون الى آرائهم ويتأثرون بعاداتهم.وهذا يعني أن وسائل الاتصال والإعلام كانت كثيرة ومتنوعة في تلك العصور.

وفي القرن العشرين،وظهور المطبعة على يـد العالم الألماني غوتمبرغ في عام1436،والتي كانت بحق تمثل الفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث وسائل الاتصال تغير الوضع تماماً،ويرجع ذلك التغيير الى عاملين أساسيين:الأول نشوب الحرب الكونية الأولى، والثانية،وحدوث تحركات ضخمة للقوات،والثاني،انتشار وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية مثل،الراديو والتلفزيون،والصحافة والمجلات،واللاسلكي،مما أحدث تغييرات جذرية على تصورات المواطنين في جميع أنحاء العالم،واتسع أفق الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل،بحيث لم يعـد في الإمكان عزل الناس عقليا او سيكولوجيا عن بعضهم البعض،لأن ما يحدث في أية بقعة من بقاع العالم،يترك آثاره على جميع الأجزاء الأخرى.فالعالم اليوم هو قرية الأمس،حيث اتسعت تصورات الفرد التقليدي القديم التي كانت تتسم بالبساطة عن الواقعية،وأصبح

لزاماً عليه ان يجاهد حتى يفهم الأخبار التي تغمره بها وسائل الإعلام يوميا عن أحوال الأمم،والشعوب الأخرى.ومع ظهور وكالات الأنباء،بدأت الثورة الإعلامية والاتصالية الثانية،والتي أصبحت فيما بعد الممون الرئيسي الأخباري للوسائل الأخرى.وكانت أول وكالة أنباء ظهرت في عام 1835 وكالة(هافاس)،ثم حدثت الثورة الاتصالية الثالثة بظهور المخترعات السمعية – البصرية الحديثة(سينما،إذاعة، تلفزيون..الخ)،ولكن قمة الثورة في الاتصال والإعلام،ظهور الأقمار الاصطناعية في نهاية الخمسينات من القرن العشرين،وتلتها اختراعات أخرى مثل،الفيديو في عام 1964،لتمكن الجمهور من إعادة إشارات التلفزة.وفي مطلع السبعينات ولدت فكرة التلفزيون بواسطة الكابلات أمالا جديدة.وفي أواخر السبعينات،ظهرت وسائل جديدة للاتصال نتيجة الربط بين مختلف الوسائل من التلفزيون والمعلوماتية والاتصالات قصيرة المدى،وكانت في السباق تتطور تطورا منفصلا،حيث أدى هذا التوجه الجديد إلى تغيرات جذرية على جميع المستويات، الإنتاج،المعالجة، والتوزيع(مثل الربط بين الهاتف والكمبيوتر والتلفزيون وهو الأمر الذي نتجت عنه إمكانيات جديدة للاتصالات الاجتماعية). وتتمثل وسائل الاتصال والإعلام الجديدة التي ظهرت في الثمانينات من القرن العشرين أساسا في تطوير الأقمار الاصطناعية والكوابل والفاكس،والفيديو كاسيت،والتلكس،والفيديو ديسك،وان هذه التكنولوجيا الجديدة التي تعتمد أساساً على الربط بين المعلوماتية والوسائل السمعية والبصرية،تتيح إمكانيات وتركيبات لا متناهية كان أخرها الوسيلة المتعددة الخدمات" مولتيميديا-الأجهزة المتعددة" . وفيما يلي اهم الأحداث والمخترعات في عالم الاتصال والإعلام الجماهيري التي ظهرت حتى اواخر القرن العشرين: _ صنع الصينيون الورق والحبر في عام105م _ ظهور أول

صحيفة عالمية في الصين باسم "تشينغ ياو"(الصحيفة الصينية)في عام400م،وتوقفت عن الصدور في عام1934م. _ اخترع العالم الألماني"غوتمبرغ" وآخرون الطباعة بالحروف المعدنية في عام1436م. _ ظهور أول مطبعة في المكسيك في عام1539. _ صدور أول صحيفة دورية في أوروبا باسم"غازيت"في عام 1631م. _ صدور أول صحيفة يومية باللغة الإنجليزية في لندن باسم" Daily Carrent" في عام1702م _ ظهور أول مطبعة عربية في مصر في عام 1798م. _ صدور صحيفة"الوقائع المصرية" في مصر في عام1838م. _ إرسال أول برقية تلغرافية بطريقة الرمز،وتحمل اسم مرسلها العالم"مورس" في عام 1844م. _ تصنيع الورق من لب الشجار في عام1835م. _ توصيل أول كابل عبر الأطلسي في عام1857. _ ظهور أول آلة كاتبة عملية في عام1867م. _ ظهور أول صحيفة مصورة في عام1873م. _ إرسال أول رسالة هاتفية عبر السلك على يد العالم "بيل" في عام1876. _ اختراع جهاز الفوتوغراف على يد العالم أديسون في عام1877م. _ ظهور أول آلة عرض سينمائية في عام 1844م. _ اختراع الراديو(البرقية اللاسلكية) على يد العالم"ماركوني" في عام1890م. _ ظهور أول صورة متلفزة في أمريكا في عام1920م. _ ظهور أول إذاعة تلفزيونية منتظمة (W.G.Y) الأمريكية،وأول فيلم بالصور المتحركة"والت ديزني"في عام 1928. _ أول ظهور للإذاعة في العالم العربي في مصر في عام 1934م. _ بداية البث التلفزيوني الملون بصورة منتظمة في عام1954م. _ إطلاق أول قمر اصطناعي سوفيتي في عام1957م. _ أول استعمال للقمر الاصطناعي(تلستار الأمريكي) لنقل اشارات تلفزيونية عبر الفضاء في عام1962م. _ظهور اختراعات جديدة متطورة مثل الحاسوب،الفيديو ديسك،وتقنيات الاتصال عن بعد،ثم الأجهزة المتعددة

الخدمات(تلفزة-هاتف-فاكس-آلة تصوير-كمبيوتر في آن واحد) اعتبارا من عام 1980. _ ظهور شبكة الإنترنت(شبكة المعلومات الدولية) منذ عام 1990م. أهمية وسائل الإعلام والاتصال: تؤثر الوسيلة التي تقدم بواسطتها المعلومات في تفكير وسلوك الأفراد أكثر من بعض محتويات الرسالة نفسها.فالوسيلة ليست شيئاً محادياً أو سلبيا،بل انه يؤثر تأثيراً متفاوتاً لدى المعرضين لها.وبصورة عامة هناك طريقتان للنظر الى وسائل الاتصال أو الإعلام من حيث أنها وسائل لنشر المعلومات والتعليم والترفيه او من حيث أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي في هذا الميدان.ففي الحالة الأولى يركز الاهتمام على مضمونها وطريقة استخدامها،والغرض من ذلك الاستخدام.أما في الحالة الثانية،فيهتم بتأثيرها كوسيلة بصرف النظر عن مضمونها وضمن الرؤية الأخيرة،يعتبر بعض خبراء الاتصال والإعلام،ومنهم(هارولد إينس) ان لوسائل الاتصال دور أساسي في عملية الاتصال بل في تنظيم المجتمع البشري كله.أما"لوناتشارسكي"فقد اعتبرها(وسائل الاتصال) بمثابة معيار الحضارة،ولهذا فقد أطلق على البريد والمطبوعات والراديو تسمية"الجهاز العصبي للمجتمع". وفي عصر الدوائر التكنولوجية، تمت العودة الى الاتصال الشفهي،ويتمثل ذلك بصورة خاصة في الراديو والتلفزيون والسينما،والحضارة الآلية بعقولها الإليكترونية وأقمارها الاصطناعية،وان المعلومات التي تحولها تلك الوسائل هي معلومات مدروسة ومنظمة،وتمثل تجمعات كلية"مثل"الدوائر الكهربائية،ومن ثم كان أثرها هو النزوع الى الاندماج والى الكلية،وان يعيش الإنسان بكل حواسه،فبينما عمل المطبوع على تقسيم المجتمع الى فئات، تعمل وسائل الاتصال والإعلام الإليكترونية على إرجاع الناس مرة أخرى للوحدة القبلية،والاندماج الاجتماعي.واستناداً لذلك يرى العالم"ماكلوهان" ان وسائل الاتصال هي

امتدادات للبشر،ولحواس الإنسان ثم لأعصابه.فالكاميرا(مثلا) هي امتداد لحاسة العين،والميكروفون امتداد للإذن..وان تأثيرها على الإنسان يرجع إلى كونها جزءاً لا يتجزأ منه،يعتمـد عليها بالضرورة لإدراك ما يجري حوله. ولكن بالرغم من أهمية وسائل الاتصال والإعلام،يبدو ان هذه"الجبرية التكنولوجية" مبالغ فيها،فهي تفسير أحادي يرى فيه البعض،مجرد تعبير"غير علمي" عن الثقافة الأمريكية المعاصرة،وعن الآلية التي عاش العالم"ماكلوهان" في ظلها.ومن هنا لا يمكن تعميم هذه الرؤية من الناحية التاريخية والجغرافية،أو حتى تصديقها على المجتمع الأمريكي نفسه بهذه الدرجة،إضافة الى ان هذه الرؤية لا تفسر اختلاف النظم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية،ولا تفسر حتى تاريخ وسائل الاتصال وتطورها وتداخلها وتشابهها. تصنيفـات وسائل الاتصال والإعلام: كان الإنسان في العصور القديمة،بحاجة الى وسيلة تحيطه علما بالأخطار المحدقة به،والى وسيلة تساعـده على تبادل الآراء والمعلومات ثم نشرها على نطاق واسع،والى وسيلة تقوم بحفظ ونقل التراث الفكري من جيل الى آخر.وكانت هذه المهام تؤدى في القديم من طرف الأفراد ومن عيون ومندوبين ومنادين وأعيان ورواة وشعراء..الخ.ومع مرور الوقت،أصبحت هذه المهام تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية المتطورة التي صارت بفضل الثورة المعلوماتية في مجال الاتصال والإعلام،إعداد وإخراجا وتوزيعا،تميز الربع الأخير من القرن العشرين.ويختلف الخبراء المتخصصون في هذا الميدان،حول تصنيف وسائل الاتصال والإعلام نظراً لتعدد مستويات واختلاف أغراض استخدامها،بالإضافة الى المنظور التحليلي الذي يختلف من مدرسة الى أخرى.وعلى أية حال ،يمكن تقسيم أهم التصنيفات تلك على النحو الآتي:

1. يقسم فريق من خبراء الاتصال والعلاقات العامة وسائل الاتصال الى مجموعتين رئيسيتين الأولى تمثل أدوات او وسائل تتضمن الصحف والمجلات والنشرات والكتب والملصقات بأنواعها،وتعرف بأسم"مجموعة الكلمات المكتوبة".أما المجموعة الثانية،فيطلق عليها أسم"مجموعة الكلمات المنطوقة" وتتضمن الراديو والتلفزيون،المسرح،المحاضرة..الخ.
2. يقسم فريق آخر من المتخصصين في هذا الميدان وسائل الاتصال والإعلام الى مجموعتين أيضاً،وذلك حسب درجة الأداء وتضم المجموعة الأولى،وسائل الاتصال"سريعة الأداء" وهي التي لا تتيح فرصة طويلة لتفكير عميق في الرسالة، وتضم هذه المجموعة،الصحف اليومية،الملصقات،والنشرات،وفي السينما والراديو والتلفزيون التي تتميز عادة براجها الإخبارية بكثرة الموضوعات وقلة التحليل. أما المجموعة الثانية،فتضم كافة وسائل الاتصال والإعلام"بطيئة الأداء" وهي التي تتيح للجمهور فرصة طويلة(نسبيا) لتصارع الأفكار،وممارسة التحليل الكافي.ولهذا تعتبر المجلات الشهرية والمسلسلات السمعية(الإذاعة) والسمعية-البصرية(التلفزة) والأحاديث المتتابعة في موضوع واحد ذات تأثير بطيء الأداء.
3. يذهب فريق ثالث من المختصين في هذا الميدان الى تقسيم وسائل الاتصال والإعلام تبعاً للعوامل التي تتأثر بها بصورة مباشرة(أي الحواس)،فيقسمون هذه الوسائل الى وسائل سمعية-بصرية،وسمعية بصرية،راديو،صحيفة،تلفزيون.
4. أما الفريق الرابع من خبراء الاتصال،فيعتبر ان وسيلة الاتصال قد تكون وسائل مقروءة، كالصحف والمجلات،والكتب،أو وسائل سمعية

كالإذاعة،أو وسائل بصرية كاللوحة الفنية،أو وسائل بصرية كالمسرح والسينما والتلفزيون،ووسائل شخصية كالمقابلة الحوارية. 5_أما المفكر الأمريكي"مارشال ماكلوهان" فيصنف وسائل الاتصال الى وسائل "باردة" مثل، السينما والتلفزيون،وأخرى"ساخنة" مثل،الصحافة والكتب والإذاعة.ويرى ان الوسيلة"الساخنة" هي التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس،بل تركز على حاسة واحدة(السمع،البصر).كما أنها تقدم المضمون الإعلامي"جاهزاً" الى حد ما مما يقلل من حاجة الإنسان للخيال. أما الوسيلة"الباردة" فهي(من وجهة نظره) التي تحافظ على التوازن بين الحواس،وتحتاج لقدر كبير من الخيال.فالمحاضرة(مثلا) تسمح بمساهمة اقل من الندوة او الملتقى او الحوار او الحديث.ولهذا فان الفكرة الأساسية هي ان الوسيلة"الساخنة"تبعد"،والوسيلة"الباردة"تقرب" او "تستوعب" بمعنى أن الوسائل الساخنة تكون درجة المساهمة فيها"ضئيلة"،أما الوسائل"الباردة" فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه"عالية". وعلى أية حال،تعتبر غالبية تكنولوجيا الترفيه المتوفرة منذ إدخال التكنولوجيا المطبوع"ساخنة" ومجزئة وتبعد كل شيء آخر.

ففي عصر التلفزيون يلاحظ عودة القيم الباردة والاندماج المتعمق بسبب المساهمة الواسعة التي تقوم عليها. وحسب نظرية ماكلوهان،تعتبر السينما والتلفزيون دائما من الوسائل"الساخنة" في حد ذاتها،والباردة في حد إعلامها،حيث ان المشاهد يحتاج الى وقت او جهد أكبر لانتشال نفسه من الاستغراق فيها،وهذا يمثل في الحقيقة تحذيرا جديدا آخر أمام خطورة انتشار التلفزيون والسينما وكل وسائل الاتصال السمعية البصرية في عصر الاتصال،اذا لم يتم التحكم فيها،وعلى العكس من ذلك،فان الصحيفة او الوسيلة المطبوعة

هي وسيلة"باردة" في ذاتها ولكنها"ساخنة" في حد تعديها لجمهورها. 6_ثمة تصنيفات حديثة لوسائل الاتصال،ولا يتسع المجال هنا للتعرض لها بشيء من الإسهاب،ولذا سنكتفي بذكر مؤشرات تصنيفها وتسميتها المختلفة وهي:

1. وسائل اتصال تبعاً لمضمون الرسالة الاتصالية وتتمثل في: _ وسائل إخبارية _وسائل تسلية(ترفيه)
2. وسائل اتصال تبعاً لتعميمات مفهوم"الأخبار الآنية" وتتمثل في: _ الإعلام العرضي(الطارئ) _ الإعلام غير العرضي
3. وسائل اتصال تبعاً لبعض أنصار النظرية النقدية وتتمثل في: _ وسائل الاتصال البديلة _ وسائل الاتصال المسيطرة _ وسائل الاتصال الجماهيرية _ وسائل الاتصال الشعبية وفي ختام هذا العرض لتصنيفات وسائل الاتصال والإعلام اعتماداً على تصنيف مارشال ماكلوهان باعتباره من أبرز الباحثين الذين تعرضوا لتأثير وسائل الاتصال نورد الملاحظات التالية:

- ✓ ان كل وسيلة اتصال من هذه الوسائل المصنفة،يمكن ان تكون موضوع تخصص للدراسة قائم بذاته له تاريخه وأسسه ومناهجه ومجالات بحثه.
- ✓ إن التصنيف السالف الذكر،كان لأغراض تعليمية وعملية فقط،إذ يلاحظ تداخلها وتكاملها الزماني والنوعي.
- ✓ إن الهدف من هذا العرض النظري ليس هو مناقشة القيمة النظرية لمختلف التصنيفات في ضوء التحولات العميقة التي عرفتها وسائل الاتصال والإعلام،حيث ان هذه التصنيفات أولاً تنبع من خلفيات معرفية وتوجهات نظرية متباينة ومصالح مادية ضخمة.وثانياً،فان لهذا التصنيف أهمية في فهم الوظيفة الاجتماعية للوسائل وفي وضع

أساسيات الاتصال الرسمية والبديلة. الوظائف الأساسية لوسائل الاتصال والإعلام: تمثل الأخبار والمعلومات،جزءاً هاماً من الاتصالات التي تعد ضرورة ملحة للحياة،ولوجود الجنس البشري،بوصفه كائنا اجتماعيا،حيث تضطلع وسائل الاتصال بدور الحارس،وهي مهمة وصفها علماء الاجتماع بأنهاأستطلاع للبيئة.فوسائل الاتصال هي العيون والأذان التي تراقب وتسمع عالمنا الذي تجاوز اليوم بكثير حدود الكرة الأرضية نفسها،ومتى استقت الأنباء والمعلومات،جاءت بها إلينا في غرف نومنا.حيث تقوم وسائل الاتصال،بشرح ما هو حادث وتفسره،وتحاول ان تستخلص مما هو حادث شيئاً منطقياً.فجميع وسائل الاتصال تعمل على تفسير الأخبار وتحليلها. فتقدم الصحف مقالات ويوميات ومقالات خاصة،ومراجعات للكتب.أما المجلات الشعبية،فقد وسعت نطاق المقالات التي تندرج فيها ،وللراديو والتلفزيون مقالات تفتتح بها برامجها،وبرامج تسجيلية وتعليقات.أما الأفلام،ففيها ما هو تسجيلي،وفيها ما يراد به التسلية،وان أستند الى الواقع. وبالإضافة الى ما تقدمه وسائل الاتصال من معلومات معروفة على هذا النحو، فهي تسوق إلينا طوفاناً من المعلومات تحت باب التسلية،كالأفلام والمسلسلات والأوبرا الخفيفة،والروايات،وكلها تحتوى على عناصر واقعية ،يمكن ان نتعلم ونثرى ثقافتنا منها.

ان وجهات النظر الكامنة وراء برامج التسلية، تساير البرامج،وتؤثر في تصرفات الناس ومواقفهم،وهو الأمر الذي كثيراً ما يحدث دون مستوى شعورنا الواعي. والحقيقة ان وسائل الاتصال، قد انتقلت الى رقعة من الأرض،كانت السيطرة عليها في مرحلة ما،وقفاً على الأباء والمدارس.وكثير منا يرى في وسائل

الاتصال أباً ثالثاً،ومدرسة ثانية،يتعلم منها أكثر مما يتعلم من المدرسة.فوسائل الاتصال،تقوم بنقل قيم وأساليب للسلوك ،وتعارف الناس عليها بصفة عامة.وهذه الرسالة ذاتها،تؤديها أفلام السينما حين تؤكد ان الأمانة هي السياسة المثلى، واستناداً الى ذلك،يمكن تلخيص الوظائف الرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال للمجتمع في الوظائف التالية:

1. وظيفة إخبارية وإعلامية: تعمل وسائل الاتصال،على تحذير المجتمع البشري من الأخطار الطبيعية مثل، الهجوم أو الحرب أو الأمراض،وتنقل معلومات نفعية،كالأخبار الاقتصادية والحيوية والتموينية.كما أنها تعطي للإنسان معلومات مفيدة ونافعة،وتضفي عليه هيبة واحتراما،وتمكنه من ممارسة قيادة الرأي،لكنها قد تسبب في زيادة الإحساس بالفقر والحرمان،وتخلق روحاً من اللامبالاة والتخدر. ولا شك أنه يوجد للأخبار فائدة محققة للطبقة الحاكمة،فهي تعطيها معلومات مفيدة لزيادة نفوذها وتقوية سيطرتها، كما أنها (أي الأخبار) تكشف عن الأشخاص المنحرفين،والتأثير على الراي العام عن طريق المراقبة والسيطرة،وإضفاء الشرعية على السلطة.ولكنها في نفس الوقت، يمكن ان تهدد الطبقة الحاكمة نفسها،عندما تظهر نواحي الضعف،وتظهر الأحوال الحقيقية التي قد يسهم الخصوم في نشرها.
2. وظيفة تحديث المجتمع: يسهم الإعلام بنصيب كبير في عملية تحديث وتحضير المجتمع الإنساني.فوسائل الإعلام تساعد بدور فعال في انتشار المعرفة،وتنمية القواعد والقوانين الجديدة التي تتوافر مع التحضر.والإعلام يقوم بدور رئيسي لدفع عجلة التنمية والتبشير بالتغيير ،ومعاونة التعليم في خلق الحوافز،والتدريب على اكتساب المهارات،بالإضافة الى تهيئة الأجواء الملائمة للمناقشة والحوار.ويكون الاتصال بين القيادات والقواعد،اتصالا

متبادلاً،لتكوين الرأي العام السليم.بمعنى ان الإعلام هو عامل أساسي في نشر الأفكار العصرية،وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة،وخلق الشخصية الجديدة التي تتسم بروح التعاطف والتعاون والتقمص الوجداني.

3. وظيفة الشرح والتفسير: تعتبر هذه الوظيفة حديثة النشوء،وجاء ظهورها بعد ان تعقدت أمور المجتمع،وازدادت تخصصاته،وترامت أبعاده،وأصبح معظم ما يجري فيه غير مفهوم للإنسان العادي،مما يتطلب من الإعلام تقديم شرحاً لمغزاه وتفسيراً لطبيعته،إذ يعتبر رجل الإعلام مسئولا عن جعل كافة الحقائق والمعلومات ذات القيمة الحضارية،في متناول فهم جميع الناس،حيث أنه كلما أزداد النمو الفني والصناعي والعلمي لمجتمع بشري معين،فإنه يصبح في غاية في التعقيد والتجريد،بعيداً كل البعد عن التجربة الفردية المباشرة.كما ينبغي على رجل الصحافة،من خلال التفسير،ان يثير في القارئ الانتباه،ويهيئ ذهنه للفهم،ويحثه على متابعة القراءة،وقد يتطلب ذلك أن يبهره ويفاجئه ويسلبه. فالفرد في المجتمع الحديث،لا يملك من الوقت أو من الجهد أو المال أو العلم،ما يمكنه من الوصول الى مدلولات دقيقة لجميع المعارف،او تكوين صور حقيقية للعالم الذي حوله. وأحيانا قد يكون التحصيل اللغوي للقارئ أو المستمع أو المشاهد محدوداً،فلا يفهم ما يقال له،ومن هنا جاءت أهمية التبسيط والتجسيد.ونظراً لكون الإنسان يعيش في رقعة جغرافية صغيرة أو محددة على سطح المعمورة،ويتحرك في دائرة محدودة،ولا يدرك من الأحداث إلا بعض زواياها دون ان يلم بالزوايا الأخرى، فإن من المحتم عليه، ان يشارك بالرأي في مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية،التي تغطي مساحات أكبر مما يعيش،وتغطي حجماً

زمنياً أكبر مما يعيش،معتمداً في ذلك على ما توفره له عملية متابعة الصحافة وأجهزة الإعلام الأخرى من رؤى ونماذج وأنماط.

4. وظيفة تربوية وتعليمية: يقدم التعليم وجهات نظر ثابتة،ويساعد على تنمية الفكر وتقوية ملكة النقد ،وتربية الشخصية الإنسانية.ولعل هذا ما يجعل وظيفة التربية،تأخذ أهمية بالغة،وخاصة بفضل استخدام وسائل الإعلام السمعية-البصرية. فالتقنيات السمعية البصرية،لم تعد كوسائل مساعدة فحسب،وإنما أصبحت بجانب الصحافة،من الأدوات الضرورية لتربية شاملة ودائمة للأحداث والشباب،إذ أصبح الإعلام قطاعاً أساسياً في التربية.

5. وظيفة التثقيف: تقوم وسائل الاتصال ببث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع،وتساعد على تطبيع أفراده،وتنشئتهم على المبادئ القويمة التي تسود في المجتمع.فوظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بأهداف وخطط المجتمع.فالاتصال الجماهيري يسعى لتكامل المجتمع بتنمية وحدة الفكر بين أفراده وجماعاته،وتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها والمحافظة عليها. ويقوم الاتصال بمهمة تثقيف وتطبيع الناس على عادات الأمة،وتقاليد الحضارة وطقوسها،وأنماط سلوكها،مما يهيئ للفرد أساليب التعامل مع الآخرين،والتكيف مع البيئة.وأثبتت الدراسات في علم النفس،وعلم الإنسان،وعلم الاجتماع،أن للتثقيف أثر كبير في تشكيل الاتجاهات النفسية،والرأي العام. وحول ذلك يرى المفكر اوديجار أنه من المستحيل فهم الرأي العام لأي أمة من الأمم،ما لم يؤخذ في الاعتبار القوى المادية والأدبية التي تشكل شخصية هذه الأمة. ولكي يتم التعرف على اتجاهاتها وآرائها،يجب الاهتمام بدراسة المنظمات الاجتماعية التي تعطي

للفرد معتقداته،وتشكل اتجاهاته. فالإنسان في المجتمع يتأثر بالأسرة والدين والتقاليد،ونظام الدولة والأصدقاء،والأقران والجماعات ذات النفوذ،كالنقابات والأحزاب والهيئات والصحف وأجهزة الإعلام الأخرى.ولهذا يركز الإعلام كل اهتمامه ،حين يقدم المادة الثقافية،على إعادة بناء القيم والعادات،بما يتفق واحتياجات المجتمع المتحضر.ويمكن تقسيم هذه القيم والعادات الى الأنواع التالية: أ- قيم التواصل الفكري، ويتم هذا النوع من القيم،عن طريق اللغة والكلمة،وعادات المثقفين والمتعلمين في التواصل مع بعضهم،وفي التواصل مع غيرهم من الجماعات،وأثر التكنولوجيا الحديثة واستخدامها في هذا التواصل. ب- قيم التواصل الاجتماعي،وما يرتبط بها من عادات وعلاقات اجتماعية بين مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية،وما يترتب على ذلك من فهم للحقوق والواجبات. ج- القيم والعادات المرتبطة بالكيان البيولوجي والصحة والبقاء. د- القيم والعادات الاقتصادية،وما يرتبط بها من حيث العمل والإنتاج والتنظيم،وما يرتبط من الاستهلاك والمكانة الاجتماعية. هـ- العادات والتقاليد اللاعقلانية التي تحقق وظيفة الإسترخاء والإنطلاق من الروتين،ومدى تنظيمها وملاءمتها لمقومات الحياة الفردية والاجتماعية السلمية.ويدخل في ذلك مجالات المواسم والأعياد والترفيه والمخدرات وغيرها من الأساليب. و- القيم الروحية،وما يرتبط بها من طقوس وممارسات،تمثل محركات للسلوك وللتنظيم الاجتماعي.

6. وظيفة الترفيه: تعتبر هذه الوظيفة،ذات أثر نفسي، وتهدف للتنفيس عن المتاعب والألم.ولكن هذه الوظيفة في نفس الوقت ،قد تجعل المجتمع غارقاً في الأوهام،وبعيدا عن دائرة الواقعية،مما يزيد من السلبية،ويتيح الفرصة لبروز

الاتجاهات الهروبية.وتلك الأوضاع توفر وسيلة للسيطرة على الحياة السياسية والاجتماعية،فضلاً عن ان الترفيه ،قد يهبط الى مستويات تؤثر سلباً على المزاج العام. والخلاصة ان جميع وسائل الإعلام،تساهم في ملئ أوقات الفراغ بالبرامج الترفيهية مثل، المسرحيات والروايات الفكاهية أو المسلسلات أو الموسيقى والتحقيقات الرياضية والمقابلات أو المنوعات ،وغيرها من مختلف البرامج التي إذا وضعت معاً شكلت صناعة ذات أبعاد لا حدود لها. وهناك علاقات وثيقة بين الرعاية ووسائل الترفيه،حيث تتشابك مصالحهما معاً،وهما يمثلان مجالين من مجالات الإعلام،يسيطر عليهما منطق الأعمال والمصالح التجارية سيطرة تامة.وهذا هو ما يفسر دخول كثير من الشركات العاملة فيها في مجالات إعلامية أخرى،كنشر الأنباء،وبنوك المعلومات،والإعلام التجاري،وإنتاج البرامج التعليمية الجاهزة...الخ.وتعتبر صناعة الترفيه تلك،ذات أهمية كبيرة بالنسبة للبلدان المتقدمة بصورة خاصة،ولكن الاهتمام بها بدأ يمتد الى البلدان النامية،وخاصة في المناطق الحضرية(المدن)،وبين الطبقات العليا من مجتمعاتها.

المراجع والمصادر:

1. د.فا روق أبو زيد ، مدخل إلى علم الصحافة ، عالم الكتب القاهرة 1986. ص 35.
2. بسام أنطوان سعد،في الدعاية السياسية"تاريخ ومضمون"،فوراس بيروت1992،ص474
3. جبران مسعود،قاموس رائد الطلاب،دار العلم للملايين،بيروت ط الرابعة 1979 ،ص107
4. رفيق سكري، دراسة في الإعلام العام والإعلام والدعاية،جروس بروس،1991، ص220-224
5. جان دايه،جبران تويني وعصر النهضة،دار النهار للنشر،بيروت 1994 ،ص 57-77 .
6. -6هلال،م ،ناتوت، الصحافة المتخصصة في مصر ولبنان،دار خضر للطباعة والنشر،بيروت1994 ،ص 193
7. د.مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية ،دار الشروق مصر ،2002،ص،93.
8. د.مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية ،دار الشروق مصر ،2002،ص،93.
9. مجموعة من الكتاب، دراسات نظرية في علم الصحافة،ترجمه عن البلغارية ،أديب خضور،منشورات وزارة الثقافة السوري، دمشق1986 ،ص 121-124.

10. جاسم محمد جرجيس،بدع القاسم ،مصادر المعلومات في مجال الاتصال الجماهيري،مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات أكمل – مصر،1998،ص،250-264.
11. مرجع سابق، دراسات نظرية في علم الصحافة، ص 50.
-12محمد عامر، عالم الأقمار الصناعية(7) ' استقبال القنوات الفضائية على الحسابات الإلية مجلة الفن الإذاعي ،مجلة شهرية 2007 ،العدد 187يوليو،ص 97.
12. د . ليلى السيد حسين ، د.عماد حسن مكاوي .الاتصالات المعاصرة ونظرياته مجلة الفنون الإذاعي مجلة شهرية 2007 العدد 187يوليو ،ص 183.
13. ماجي الحلواني حسين، محمد مهنى، مقدمة في الفنون الإذاعية السمعبصرية ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح،1999،ص 213.
14. أيمن عبد الحليم نصار ، إعداد البرامج الوثائقية ،دار المناهل عمان ،2007،ص83.
15. د.عواطف عبد الرحمن،الإعلام العربي المعاصر وقضايا العولمة ، العربي للنشر والتوزيع مصر،2003 ص،43-

المحتويات









دار أمجد للنشر والتوزيع

عمان - الأردن - وسط البلد- مجمع الفحيص - الطابق الثالث

جوال :
٠٠٩٦٢٧٩٦٩٩٤٦٢٢ هاتف: ٠٠٩٦٢٦ ٤٦٥٢٧٧٢
٠٠٩٦٢٧٩٩٩٢٩١٧٠٢
٠٠٩٦٢٧٩٦٩٨٠٢٦٧٠ فاكس: ٠٠٩٦٢٦ ٤٦٥٣٢٧٢

dar.almajd@hotmail.com

dar.amjad2014dp@yahoo.com